

INFLUENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO EN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS PUESTOS
DE COMIDA INFORMAL UBICADOS EN CIUDAD DEL RÍO- MEDELLÍN

Presentado por:
KELLY MANUELA ARIAS GALLO

Trabajo de grado para optar al título de
Tecnólogo en Gestión del Diseño Gráfico.

Asesor
JAVIER ALBERTO BETANCUR SALAZAR

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
Tecnología en Gestión del Diseño Gráfico
MEDELLÍN
2024

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción
2. El problema
 - 2.1 Identificación del problema
 - 2.2 Planteamiento del Problema
 - 2.3 Formulación del Problema
3. Justificación
4. Objetivos
 - 4.1 Objetivo General
 - 4.2. Objetivos específicos
5. Marco de Referencia
 - 5.1 Marco teórico
6. Diseño Metodológico
 - 6.5 Recursos
 - 6.6 Cronograma de actividades
7. Resultados
8. Recomendaciones
9. Referencias

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Ficha de referentes

Tabla 2. Recursos del proyecto

Tabla 3. Cronograma de actividades

Glosario

Informalidad: Personas que se dedican voluntariamente al trabajo en el espacio público, como medio básico de subsistencia.

Sostenibilidad: Busca fomentar las relaciones entre los individuos y el uso colectivo de lo común conjugando crecimiento económico y respeto ambiental con bienestar social, fomentando el mantenimiento y la creación de empleo, protegiendo la seguridad y la salud de las personas, asegurando la reducción de la pobreza y las desigualdades, y evitando las situaciones de exclusión social.

Consumidor: Persona física o jurídica que, actuando en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional, adquiere, utiliza o disfruta bienes, productos, servicios, actividades o funciones para uso personal, familiar y colectivo, siempre que lo haga como destinatario final, y siendo indiferente que quienes producen, facilitan, suministran o expiden dichos bienes o servicios tengan naturaleza pública o privada, individual o colectiva.

Emprendimiento: Empezar a hacer una cosa determinada, en especial cuando exige esfuerzo o trabajo o es de cierta importancia o envergadura.

Economía circular: La economía circular es un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido.

Puestos callejeros: Es un servicio móvil de venta de comida ubicados en las calles para la venta de productos, generalmente de comida rápida a los habitantes de una ciudad.

1. Introducción

En un mundo donde la preocupación por el medio ambiente y la responsabilidad social son imperativos, los pequeños negocios callejeros no son ajenos a esta tendencia. Actualmente, en el ámbito gastronómico de Medellín, identificamos como los puestos de comida informal ubicados en ciudad del río están en búsqueda de reinventarse en el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad. Sin embargo, esto no se ha potencializado por la falta de una comunicación asertiva hacia las personas de la ciudad que les ayude a expandir su público consumidor.

Se identificará cómo el diseño gráfico se convierte en una herramienta para impulsar y fomentar la sostenibilidad en los puestos de comida informales ubicados en ciudad del río en Medellín, a través de la investigación en la base de datos de internet y en compañía de la experiencia como clientes encontrar la oportunidad de desarrollar una campaña que logre comunicar asertivamente la nueva estrategia que implementan estos emprendimientos para que no solo pueden mejorar su estética visual, sino también adoptar prácticas más ecológicas, eficientes y socialmente responsables.

2. El problema

2.1 Identificación del problema

En el ámbito de los espacios gastronómicos de nuestra ciudad, específicamente de los puestos ambulantes de comida informal, visualizamos que están en la búsqueda de reinventarse a la nueva era del cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad a través de la '*economía circular*', esto refiere a que los espacios se condicionen a dos objetivos: primero, que no se emplee ninguna actividad que tenga como resultado el desperdicio en los ámbitos con los que cuentan en estos espacios, y segundo, tener control de los desperdicios que se estén presentando en el momento para evitarlos antes de que sucedan.

Sin embargo, debido a la falta de estrategias de comercialización, estos objetivos no se logran ejecutar asertivamente en sus estrategias al público, por esto, muchos lugares no son reconocidos desde las experiencias que pretenden ofrecer.

2.2 Planteamiento del Problema

Los puestos de comida informal, aunque son una parte integral del tejido urbano y contribuyen significativamente a la economía local, enfrentan desafíos importantes en términos de sostenibilidad. Desde la generación de residuos hasta el consumo excesivo de recursos, estos espacios pueden tener un impacto negativo en el medio ambiente y la comunidad circundante. Además, la falta de atención al diseño y la presentación visual puede limitar su atractivo y competitividad en un mercado cada vez más saturado.

Ante este panorama, surge la pregunta: ¿cómo puede el diseño gráfico influir positivamente en la sostenibilidad de los puestos de comida informal? Explorar esta cuestión no solo implica considerar la estética visual, sino también examinar cómo el diseño puede optimizar

la eficiencia operativa, reducir el desperdicio y mejorar la experiencia del cliente. Al abordar estos aspectos, podemos desbloquear el potencial de los puestos de comida informal como agentes de cambio positivo en nuestras comunidades urbanas.

2.3 Formulación del Problema

¿Cómo el diseño gráfico ayuda a fomentar la sostenibilidad en los puestos de comida informal ubicados en ciudad del río - Medellín?

3. Justificación

Realizar esta investigación podrá generar beneficios económicos para los vendedores de los puestos ambulantes de comida informal, al mismo tiempo que generan un impacto ambiental positivo, implementando prácticas sostenibles.

Por medio del diseño gráfico se realizará una campaña publicitaria en redes sociales donde se visualice la nueva estrategia que implementaran estos emprendimientos con la intención de fomentar el consumo en los establecimientos callejeros, logrando ser reconocidos y lograr mejorar la calidad de vida de los trabajadores y aportar satisfactoriamente al cuidado del medio ambiente.

Se empleará una metodología de investigación cualitativa. Desde la observación y comunicación, se investigará cuál es la falencia que tienen los puestos de comida para lograr hacer prácticas y visibles sus estrategias de sostenibilidad, con las cuales, nos basaremos para desarrollar una estrategia de comunicación desde el diseño gráfico.

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Identificar la influencia del diseño gráfico en la sostenibilidad de los puestos de comida informal ubicados en Ciudad del Río en Medellín.

4.2. Objetivos específicos

1. Identificar cuántos puestos de comidas ambulantes hay en ciudad del río.
2. Reconocer cuántos puestos de comida informal de Ciudad del Río, implementan la sostenibilidad.
3. Visualizar de qué manera los trabajadores informales pueden unirse a la propuesta de sostenibilidad desde sus talentos y necesidades.
4. Realizar preguntas que ayuden a identificar y reconocer lo que los vendedores piensan sobre la sostenibilidad y el diseño.
5. Crear una campaña publicitaria que fomente las nuevas iniciativas en pro de la sostenibilidad de los puestos callejeros de ciudad del río.

5. Marco de Referencia

Marco teórico

Sostenibilidad: Tal como lo dice el artículo de la empresa española de promoción y gestión de infraestructuras y energías renovables ACCIONA “La sostenibilidad se entiende como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del

medio ambiente y el bienestar social. En Sostenibilidad para todos promovemos la concienciación y difusión de buenas prácticas que permitan conjugar el desarrollo económico y social con la preservación de los recursos naturales.” Sostenibilidad para todos . (Dakota del Norte).

En conclusión la sostenibilidad es la acción de lograr mantener una uniformidad o igualdad en el uso de los recursos naturales, en el crecimiento económico de la población, beneficiando así, a la sociedad y al medio ambiente al mismo tiempo, para evitar también, poner en peligro la vida en el planeta y la calidad de vida de la humanidad en el presente y en el futuro. A nivel mundial, se estima que los alimentos que se venden en la vía pública representan alrededor del 30% de la ingesta calórica de sus consumidores.

De ahí la relevancia de pensar no solo en la sanidad, sino también en el aspecto nutricional. Y no hay que olvidar que un porcentaje importante de la población de los países en desarrollo aún sufre de desnutrición crónica, afectando no solo la salud de quienes la padecen sino también el desarrollo de las sociedades. Entre las cifras de desnutrición y el crecimiento del consumo, los expertos ven la venta de comida callejera como una vía adicional para promover una alimentación más nutritiva. La FAO y la Organización Mundial de la Salud (OMS) crearon en la década de los 60 la Comisión del Codex Alimentarius con miras a orientar y establecer normas universales de nutrición, sanidad e inocuidad de los alimentos. Esto ha ido evolucionando con los años y puede servir como material de consulta a la hora de planificar una alimentación balanceada y segura.

Comida callejera: Concha Bernad (2016) señala que "El concepto de comida callejera es amplio y muy difícil de delimitar, cuando hablamos de este tipo de comidas nos referimos a la que se toma en puestos, tenderetes, casetas, carritos... situados en la calle, en mercadillos, en ferias, fiestas populares... son platos rápidos y que se comen “a mano” con los dedos y sin cubiertos."

Refiriéndose así, a que la comida callejera es aquella que los vendedores ambulantes o trabajadores informales ofrecen preparan y venden en la calle. Probablemente haya notado camiones y carritos de comida callejera que aparecen en todas partes en cada ciudad o pueblo del país y en todo el mundo. Desde las últimas comidas veganas hasta los camiones de hamburguesas gourmet, la comida callejera va en aumento. Es una comida relativamente barata pero muy sabrosa y deliciosa. Sin embargo, hay muchas razones para su creciente popularidad. La comida callejera se manipula y se cocina frente al cliente que paga. Una encuesta realizada en las principales ciudades de Colombia, Medellín, Calí, Bogotá arrojó que el 56% de los encuestados se inclina por la comida callejera y el 20% de los consumidores afirmó que comen en la calle más de una vez por semana. Solo el 28,5% declaró ser consciente de los riesgos de ingerir comida en la calle. En el informe, McCann explicó que la higiene, la frescura y la calidad de los productos consumidos se basan en la experiencia. El estudio confirma la percepción de que el consumo al paso se ha convertido en una oportunidad importante de negocio para las marcas de alimentos y bebidas e identifica preferencias y actitudes específicas nacionales y regionales hacia estos, haciendo visibles nuevas oportunidades de acción para las marcas', dijo Álvaro José Fuentes, presidente de McCann Worldgroup Colombia.

Social Ads:

Son los nuncios que se publican a través de plataformas o redes sociales, son publicidades que permiten atraer a nuevos clientes brindándoles la posibilidad de interactuar con los mismos, así como lo dice Sergio Gómez (2022), el cual explica que los “Social Ads es toda publicidad que podemos realizar en los diferentes emplazamientos de las redes sociales, bien sea Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn o TikTok, entre otros muchos.” Contar con un perfil en redes sociales es fundamental, ya que puedes mostrar los nuevos platos o servicios que implementes promocionando las publicaciones para llegar hasta tu público objetivo.

“Los diseñadores solucionan problemas cómo el comportamiento y la percepción que tienen los clientes hacia un determinado producto. Solamente con cambiar el diseño del logo de una marca que estaba estancada, cambia a su vez el comportamiento del consumidor y podemos atraer su interés hacia la compra del producto.” (“Influencia del Diseño”, 2017)

El diseño ha evolucionado y brindado el crecimiento de muchas empresas a lo largo de los años gracias a que un buen diseño en productos y en la identidad de marca escaladas a las nuevas tendencias se hace más llamativo para las personas, atrayendo, generando un mayor reconocimiento, mayores ventas y mejor economía para los mismos, tal como lo dice Russo (2021) “Un informe de *Adobe State of Create* de 2016, arrojó que el 59% de los encuestados elegirían un producto o servicio por encima de sus competidores basándose en un buen diseño e incluso el 45% de ellos pagó más por un producto o servicio que lucía mejor. En este mismo informe, un 70% de las generaciones alrededor del mundo consideraron que el diseño conduce a una experiencia de marca fuerte, siendo los jóvenes los que se ven más influenciados por el mismo en la toma de decisiones.”. Russo también menciona que en un estudio realizado por Design Council se dice que las empresas que cuentan con un diseño integral, tienen un mayor porcentaje de probabilidad de poder crear o generar diversos productos y/o servicios, sin la necesidad de tampoco competir a gran escala con otras empresas que no cuentan con diseño.

Trabajo informal

La OIT (Organización Internacional del trabajo) señala que "El empleo informal incluye todo trabajo remunerado (p.ej. tanto autoempleo como empleo asalariado), que no está registrado, regulado o protegido por marcos legales o normativos, así como también trabajo no remunerado llevado a cabo en una empresa generadora de ingresos. Los trabajadores informales no cuentan con contratos de empleo seguros, prestaciones laborales, protección social o representación de los trabajadores." (OIT, 2023)

Según esto, el trabajo informal, son los empleos donde las personas trabajan de forma independiente, quienes también evaden impuestos al estado y por ende, no siguen una normatividad legal, como los puestos ambulantes, artistas callejeros (bailarines, cantantes, dibujantes, acróbatas, entre otros...)

El fenómeno de la economía informal en Medellín no es nuevo; es un fenómeno que se viene presentando hace mucho tiempo debido a la difícil situación económica que presenta el país y a otra serie de factores que las personas se van encontrando en el camino hacia el establecimiento de una unidad productiva. La economía informal en una época de bonanza económica, de estabilidad laboral, de repente hubiese sido un problema porque no habría razón para ejercerla, pero en los tiempos de hoy más bien es la solución al problema, retomando una expresión del escritor peruano Hernando de Soto, experto en el tema de la informalidad en América Latina. En la ciudad de Medellín, como en la mayoría de las ciudades importantes de Colombia, la informalidad se volvió una cotidianidad, es el refugio de las persona excluidas del aparato productivo formal que utilizan las calles de la ciudad, el espacio público para la práctica de cualquier actividad productiva que de alguna manera pueda “afectar” al ciudadano en general que se siente cohibido en el derecho de utilizar el espacio para transitar libremente; sin embargo, este impacto en el espacio público se ha vuelto más tolerable para los ciudadanos comunes, tanto así, que se ha convertido en una forma funcional de centro comercial al aire libre, en el cual se pueden obtener diversidad de productos a muy bajos precios. En la actualidad la informalidad en la ciudad de Medellín es un estilo de vida.

Diseño de experiencia

El diseño de experiencias se basa en la identificación de los ‘momentos’ de vínculo emocional entre las personas, las marcas, y los recuerdos que producen estos momentos. El diseño de

experiencias no se desarrolla a partir de una disciplina de diseño individual, sino, a partir de una perspectiva altamente interdisciplinaria que considera todos los aspectos del mercado y la marca - desde el diseño de producto, el packaging, el ambiente de los puntos de venta, hasta el uniforme y la actitud de los empleados. Las marcas que entregan grandes experiencias de usuario/cliente recompensan a los clientes por su tiempo, dinero, energía, y las emociones que ellos invierten en su transacción con las empresas por sobre y más allá de la entrega de sus productos y servicios. Este valor experiencial puede ser distribuido a través de diversas formas - entretenimiento, educación, iluminación intelectual, espiritual, incluso evasión - pero todas se basan en una mirada profunda hacia nuestras necesidades humanas fundamentales, esperanzas, temores y aspiraciones.

El blog WOW! Customer Experience (2021) explica que “El Diseño de Experiencia es la práctica de diseñar productos, procesos, servicios, eventos, recorridos omnicanal y entornos con un enfoque centrado en la calidad de la experiencia del usuario y en soluciones culturalmente relevantes.”

El diseño de experiencia consiste en generar o crear oportunidades de acercamiento y conexión con el vendedor y sus clientes, centrados y pensados específicamente en las necesidades, gustos y sentimientos de los propios usuarios generando así, un recuerdo o experiencia agradable y reconfortante. El verdadero valor de la concepción de la experiencia de marca reside en su habilidad de comprometer profundamente a los consumidores con la marca de tal forma que se estimule el desarrollo de relaciones mutuas de valor. Más que un tema de ‘transmitir’ un mensaje, sea este deseado o indeseado, el diseño de experiencias responde al deseo de crear momentos que tienen verdadero significado y valor para el consumidor.

Empaques sostenibles

Los empaques sostenibles son aquellos que buscan centrarse en la creación de diseños que están optimizados para el reciclaje, estos tienen el objetivo de ser más amigables con el planeta. Tal como lo dice la empresa alemana manufacturera de productos químicos Henkel “El mayor problema con el empaque es que generalmente se convierte en residuo tan pronto como el consumidor termina de usar un producto.” (Henkel, s. f.) y por ello generar empaques que puedan implementar este modelo de economía circular, se hace no solo llamativo, sino también se convierte en la mejor opción en pro del cuidado del medio ambiente.

Con los empaques sostenibles se han desarrollado prácticas como destinar una parte de los ingresos generados por los mismos para mejorar las condiciones ambientales locales y la calidad de vida de las comunidades, “Involucran criterios sociales en su producción o cadena de valor desarrollando prácticas como destinar un porcentaje de los ingresos que generan estos empaques para contribuir a mejorar las condiciones ambientales de un territorio o la calidad de vida de sus comunidades.”(Bancolombia, 2023), también, el costo de producción de estos empaques deben permitir la comerciabilidad y evitar que la empresa asuma riesgos financieros si el mercado no está dispuesto a pagar por un producto sostenible.

La utilización de empaques sostenibles en los negocios, beneficia positivamente a los mismos, así como se lo dice el informe de “Global Buying Green 2022” mencionado en el artículo realizado por Bancolombia “A partir de encuestas realizadas a 15.000 consumidores en Suramérica, Norteamérica y Europa, un 86% de las personas menores de 45 años pagaría más por productos que tuvieran empaques sostenibles. En 2021, el porcentaje registrado fue de 83%, por lo que es un indicador que va en aumento” (Bancolombia, 2023).

6. Diseño Metodológico

Esta es una investigación de corte mixto en la cual se abordaron tanto elementos subjetivos de los puestos de comida callejeros y también de las problemáticas con las que cuentan estos comerciantes para dar una solución desde el diseño gráfico que las agrupe y les dé una solución desde la comunicación visual.

Reconocer las dificultades visuales que presentan los puestos y continuar con la identificación de aquellos puntos en común que tienen los puestos callejeros. Esta investigación se realizará a través de los comerciantes y los trabajadores de dichos lugares que desde su experiencia nos cuenten cuales son las problemáticas más visibles del porqué quizá la comunidad de Medellín aún no los reconocen por apostarle a la sostenibilidad.

La población a investigar serán aquellos vendedores ambulantes del sector de Ciudad del Río en Medellín, los cuales implementan o tienen la intención de implementar la sostenibilidad en sus negocios y que con el diseño gráfico se verán beneficiados tanto para su imagen corporativa como para la mejora en sus ventas y reconocimiento.

Esta investigación busca una mejor comprensión de estadísticas que nos lleven a verificar la importancia que tiene el diseño gráfico en la industria gastronómica y así demostrar el aumento positivo de las ventas cuando la sostenibilidad está presente en los negocios, al mismo tiempo buscamos conocer un enfoque más subjetivo y social a través de la experiencia directa con las personas que están afectadas por esta problemática, haciendo de esta investigación, una investigación mixta que busca recopilar y analizar información con datos cualitativos y cuantitativos.

Esta investigación se realizará por medio de un estudio descriptivo, el cual “Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.” (Vásquez, 2005).

En conclusión, se realizará este tipo de estudio debido a que se basa en identificar las actitudes y la conducta de las personas que están o se encuentran en el universo de la investigación, tales como las preferencias, comportamientos sociales, e.t.c), permitiendo así que el desarrollo de esta investigación se realice correcta y satisfactoriamente.

Recursos

RECURSOS	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
Humanos	2 Investigadores (50.000\$ por hora), 2 horas al día por cuatro días a la semana, durante 11 semanas	8,800.000
	2 Diseñadores (60.000\$ hora) 2 horas al día, 3 días a la semana por 7 semanas	2,500.000
Técnicos	Computador	4'000.000
	Programas y licencias	400.000
Costos operativos	Transporte y alimentación	400.000
	Material impreso	1,000.000
	Imprevistos	300.000
TOTAL		17,400.000

Cronograma de actividades

Actividades a realizar (objetivos específicos del proyecto)	Responsables	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Observaciones
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	

Realizar salidas de campo como aporte a la información que obtengamos para la investigación, desde las experiencias vividas en los sitios que hacen parte de nuestro proyecto.	Diseñador 1 - Diseñador 2																	Se hará la investigación cualitativa por medio de las entrevistas a los vendedores ambulantes, los cuales nos hablen sobre sus experiencias con sus negocios y sus clientes
Reconocer los problemas que presentan los puestos y continuar con la identificación de aquellos puntos en común que tienen los puestos callejeros. La investigación se realizará con la ayuda de la comunidad de comerciantes.	Diseñador 1 - Diseñador 2																	Se hará un reconocimiento del problema general, teniendo en cuenta también las estadísticas oficiales y los artículos que brinden información útil para la investigación
Hacer las respectivas preguntas a los vendedores ambulantes para reconocer su acercamiento con la sostenibilidad.	Diseñador 1 - Diseñador 2																	Identificar los conocimientos de los vendedores sobre el sostenimiento para poder llevar a cabo el proyecto correctamente en compañía de los trabajadores.
Crear diversas campañas publicitarias que fomenten las nuevas iniciativas en pro de la sostenibilidad de los puestos callejeros de ciudad del río.	Diseñador 1 - Diseñador 2																	Realizar desde el diseño gráfico las campañas propuestas, para lograr un mayor reconocimiento de los puestos ambulantes y ser cómplices de cuidado para el medio ambiente y el planeta.

7. Resultados

Realización de cuestionario para identificar los conocimientos y las expectativas de los vendedores ambulantes respecto a la sostenibilidad y al apoyo que el diseño gráfico les puede brindar para mejorar y aumentar las ventas y el reconocimiento de los puestos.

<https://forms.gle/NBQGbnJ2RVTd1CDt7>

Sostenibilidad en los puestos informales de Ciudad del Río - Medellín

Identificar los conocimientos y las expectativas de los vendedores ambulantes que están abocados en Ciudad del Río en Medellín-Antioquia respecto a la sostenibilidad y lo que el diseño gráfico puede aportar en pro a ello.

kellymag2123@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)
No compartido Borrador guardado

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿Qué significa para ti el término "sostenibilidad"? *

Tu respuesta

2. ¿Aplicas la sostenibilidad en tu vida o en tu negocio?, si es así, ¿De qué manera * la aplicas?

Tu respuesta

3. ¿Crees que la sostenibilidad ayuda o ayudaría de alguna manera a incrementar * las ventas de tu negocio?

Sí
 No

4. ¿Has implementado alguna iniciativa de responsabilidad social o ambiental en * tu puesto ambulante?

Sí
 No

Si la respuesta anterior es 'Sí', ¿Cuál iniciativa has implementado en tu puesto y por qué?

Tu respuesta

5. ¿Crees que existe un interés creciente por parte de los consumidores en * apoyar negocios que promueven la sostenibilidad?

Sí
 No

6. ¿Has considerado la posibilidad de utilizar materiales biodegradables o * reciclados en el empaque de tus productos?

Sí
 No
 Tal vez

7. ¿Qué cambios te gustaría realizar en tu negocio para mejorar su * sostenibilidad?

<p>10. ¿Qué estrategias utilizas para diferenciarte de otros vendedores ambulantes en la misma área? *</p> <p><input type="radio"/> Opción 1</p>	<p>16. ¿Has considerado la posibilidad de invertir en diseño gráfico profesional para mejorar la imagen de tu puesto ambulante? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>
<p>11. ¿Qué tipo de retroalimentación recibes regularmente de tus clientes? *</p> <p>Tu respuesta</p>	<p>17. ¿Cómo crees que el diseño gráfico puede ayudar a transmitir la calidad y confiabilidad de tus productos? *</p> <p>Tu respuesta</p>
<p>12. ¿Cómo te ves a ti y a tu negocio en un futuro? *</p> <p>Tu respuesta</p>	<p>18. ¿Has recibido comentarios específicos de tus clientes sobre el diseño visual de tu puesto ambulante?, ¿Cuáles? *</p> <p>Tu respuesta</p>
<p>13. ¿Has notado algún cambio en las preferencias o comportamientos de compra de tus clientes a lo largo del tiempo? *</p> <p>Tu respuesta</p>	<p>19. ¿Crees que un diseño gráfico atractivo puede ayudar a destacar tu puesto ambulante entre otros competidores? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>14. ¿Cómo crees que el diseño gráfico puede impactar la percepción de tu puesto ambulante por parte de los clientes? *</p> <p>Tu respuesta</p>	<p>20. ¿Has utilizado las redes sociales u otros medios digitales para promocionar tu puesto ambulante? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>15. ¿Utilizas algún tipo de material impreso o visual para promocionar tus productos o servicios en tu puesto ambulante? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>	

8. Recomendaciones

Fomentar una buena comunicación entre los asesores y los estudiantes, para que el estudiante no solo se sienta apoyado y guiado académicamente, en aspectos técnicos del trabajo, sino que el asesor brinde un apoyo emocional y motivacional. Considero que fomentar un ambiente de confianza donde el estudiante se sienta cómodo expresando sus dudas y preocupaciones es clave.

En cuanto a lo académico, creo que incorporar las últimas teorías y principios que se estén utilizando en la industria es una buena estrategia para la mejora del desarrollo del trabajo. Esto incluye temas como la inteligencia artificial, la sostenibilidad, la transformación digital y la innovación.

Referencias

Bancolombia. (2023, 2 marzo). Tendencias en empaques sostenibles: oportunidades a la vista. Bancolombia.

Recuperado de:

<https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/sostenibilidad/tendencias-de-empaques-sostenibles>

Bernad, C. (2016). Comida callejera I, apuntes. Blog de gastronomía Cocina y Aficiones.

Recuperado de: <https://www.cocinayaficiones.com/comida-callejera-i-apuntes/>

Celis, T. (2012, August 24). ¿Usted es parte del 56% de los colombianos que come en la calle? *Diario La República*.

Recuperado de: <https://larepublica.co/consumo/usted-es-parte-del-56-de-los-colombianos-que-come-en-la-calle-2018940>

¿Cuáles son los 5 principales principios del diseño de experiencia?(2021). wow. customer experience.

Recuperado de: <https://www.wowcx.com/5-principales-principios-del-diseno-de-experiencia/>

Cuestión de imagen.(2023)Workana.

Recuperado de: <https://blog.workana.com/emprendimiento/cuestion-de-imagen-la-importancia-del-diseno-en-tu-empresa-caso->

Importancia del diseño gráfico para las nuevas empresas (s,f). Appexpres.

Recuperado de: <https://appexpres.com/la-importancia-del-diseno-grafico-para-nuevas-empresas/>

Influencia del Diseño, ¿es tan determinante en la economía? Arteneo (2017).

Recuperado de: <https://www.arteneo.com/blog/influencia-del-diseno-estudiar-diseno-madrid/>

Millones de personas al borde de la hambruna en un mundo de abundancia | Oxfam International. (2022, May 25). Oxfam International.

<https://www.oxfam.org/es/millones-de-personas-al-borde-de-la-hambruna-en-un-mundo-de-abundancia#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20hambruna%3F,de%20alimentos%20con%20las%20enfermedades>

Russo, F. (2021) Importancia del diseño en las ventas. *Blog Para Emprendedores*.

Recuperado de: <https://tentulogo.com/importancia-del-diseno-en-las-ventas-estudios-y-experimentos-reveladores/>

Rae, R. a. E.-. (n.d.). desempleo. *Diccionario Panhispánico Del Español Jurídico*
- Real Academia Española. <https://dej-enclave2.rae.es/lema/desempleo>.

Rae, R. a. E.-. (n.d.-b). sostenibilidad social. *Diccionario Panhispánico Del Español Jurídico*
Real Academia Española. <https://dpej.rae.es/lema/sostenibilidad-social>

Rae, R. a. E.-. (n.d.-a). consumidor, ra. *Diccionario Panhispánico Del Español Jurídico*
Real Academia Española. <https://dpej.rae.es/lema/consumidor-ra>

Rae, R. a. E.-. (n.d.-c). emprender. *Diccionario Panhispánico Del Español Jurídico*
- Real Academia Española. <https://dpej.rae.es/lema/emprender>

Social. (2022). The Growing Popularity of Street Food. *V Comida Callejera*.

Recuperado de: https://vstreetfood.com/es_es/la-creciente-popularidad-de-la-comida-callejera/

Vásquez Hidalgo Isabel. (2005, diciembre 18). Tipos de estudio y métodos de investigación.

Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>

Vélez (2023) Seguro de desempleo no le sirve a trabajadores informales en Colombia.

Recuperado de: <https://www.elcolombiano.com/negocios/seguro-al-desempleo-en-colombia-no-sirve-para-informales-JH20366870>