
TERTULIAS montevideanas



TERTULIAS montevideanas

Diseño de servicio para fomentar la interacción social
entre pares en locales gastronómicos de la ciudad de
Montevideo

Trabajo Final de Grado de la
Licenciatura en Diseño
Industrial – perfil Producto

Cynthia González Abero

TUTOR:
Daniel Bergara

Fecha:
8 de mayo del 2025

TRIBUNAL:
- Daniel Bergara
- Miguel Olivetti
- Daniell Flain

Agradecimientos

Este proyecto es el resultado de un largo camino de aprendizaje, esfuerzo y crecimiento. Un camino que, como todo desafío, tuvo momentos de entusiasmo y también de incertidumbre. Pero si hubo algo que nunca me faltó, fue el apoyo incondicional de quienes siempre creyeron en mí, mis amigos y mi familia.

Especialmente, mi mamá, que siempre estuvo ahí, recordándome con su amor y su fuerza que rendirse nunca era una opción. Su confianza en mí fue mi faro en los momentos más difíciles. Este logro es tanto mío como suyo, porque sin su apoyo inquebrantable, este camino habría sido muy distinto.

A mis profesores y compañeros, quienes me desafiaron a pensar más allá de lo evidente, a cuestionar, a diseñar con propósito. A todos los que, de una manera u otra, fueron parte de este proceso, me ayudaron y me animaron a seguir.

Este proyecto no solo es el cierre de una etapa académica, sino el inicio de muchas nuevas oportunidades. Y lo más valioso que me llevo de todo esto, no son solo mis capacidades como diseñadora, sino la certeza de que los grandes desafíos siempre se superan mejor cuando tenemos personas que nos sostienen en el camino.

Índice



Resumen	03
Introducción	04
Oportunidad de diseño	06
Problema de investigación	08
Objetivos e hipótesis	10
Resumen metodológico	12
Marco teórico	16
Antecedentes	21
Proyecto	25
Fases del servicio	27
Formato y estructura del evento	31
Usuarios	39
Producto (servicio)	52
Contexto	63
Validación y evaluación	74
Consideraciones finales	79
Bibliografía	85
Anexo	87

Resumen

En el contexto de una sociedad cada vez más mediada por la digitalización, las interacciones presenciales y las experiencias sociales adquieren un valor fundamental como respuesta al creciente aislamiento y a la fragmentación de los vínculos humanos. Promover instancias de encuentro cara a cara se vuelve esencial para fortalecer la cohesión social y fomentar relaciones significativas que trasciendan la inmediatez de la comunicación digital.

Este trabajo de grado aborda el diseño de un servicio orientado a mejorar la experiencia de socialización en locales gastronómicos de Montevideo. A través de un enfoque centrado en el usuario, se propone una experiencia que promueve el encuentro presencial, la construcción de vínculos significativos y la revitalización del espacio físico como escenario social.

Un estudio longitudinal de Harvard sobre el desarrollo adulto encontró que la clave para una vida plena y saludable no radica en el éxito profesional o la riqueza, sino en la calidad de las relaciones interpersonales. Según Waldinger et al. (2015), "las personas que están más conectadas socialmente con familiares, amigos y su comunidad, son más felices, físicamente más saludables y viven más tiempo que aquellas que están menos conectadas" (Harvard Study of Adult Development).

Desde una mirada crítica, se reconoce el impacto ambivalente de la digitalización en la vida contemporánea: si bien ha ampliado las posibilidades de conexión, también ha contribuido al debilitamiento de las relaciones cara a cara, afectando la cohesión social y el bienestar emocional. Este proyecto, por tanto, no se posiciona en contra de la tecnología, sino que invita a repensar el rol del diseño frente a ella, reflexionando sobre cómo podemos construir experiencias que respondan a las necesidades humanas esenciales de pertenencia, comunicación y sentido de comunidad.

Introducción

En el actual contexto de transformación social y tecnológica, las dinámicas de interacción humana han sido profundamente alteradas. Si bien las tecnologías digitales han facilitado una conectividad sin precedentes, también han generado una forma de vinculación cada vez más mediada, rápida y superficial, afectando la calidad de las relaciones interpersonales. Esta realidad plantea una necesidad urgente: repensar y rediseñar los espacios físicos de nuestra vida cotidiana para que sean escenarios que fomenten el encuentro genuino, la conversación y el intercambio humano significativo.

Este trabajo de grado se inscribe en esa búsqueda, proponiendo una mirada crítica y propositiva desde el diseño para abordar uno de los desafíos contemporáneos más relevantes: cómo fortalecer la cohesión social en un mundo cada vez más digitalizado. En particular, se enfoca en los locales gastronómicos de la ciudad de Montevideo como territorios fértiles para la activación de experiencias de socialización. Estos espacios, tradicionalmente asociados al encuentro, al disfrute compartido y al ritual de la mesa, hoy enfrentan el desafío de adaptarse a nuevas formas de habitar lo social. A menudo, sin embargo, su potencial como catalizadores de vínculos queda desaprovechado, limitándose a su función culinaria y dejando de lado su dimensión relacional.

A través del diseño de un servicio que promueva encuentros presenciales entre personas interesadas en socializar, este proyecto busca resignificar el rol de los espacios gastronómicos, transformándolos en escenarios que inviten al diálogo, a la apertura y al descubrimiento del otro. Se parte de la premisa de que socializar no es un acto trivial ni meramente recreativo, sino una necesidad humana esencial. Tal como sostienen Baumeister y Leary (1995), la pertenencia constituye una motivación básica para el bienestar y la salud emocional de las personas. En ese sentido, generar condiciones que propicien la creación de lazos sociales duraderos es, además de deseable, una responsabilidad ética del diseño como disciplina.

Este proyecto no sólo propone una solución a una problemática actual, sino que invita a reflexionar sobre el papel del diseño en la construcción de comunidades más humanas, empáticas y conectadas. Se plantea, así, una oportunidad para explorar nuevas formas de habitar lo cotidiano, revalorizando el encuentro con el otro como una experiencia transformadora.

El diseño de servicios se configura como una disciplina estratégica que pone énfasis en el comportamiento humano, las dinámicas sociales y las interacciones entre los diversos actores que componen un sistema. A través de una perspectiva holística, este enfoque permite considerar tanto los elementos tangibles (como los espacios físicos, objetos y soportes materiales) como los intangibles, tales como las emociones, expectativas y necesidades de los usuarios. De acuerdo con Birgit Mager (2009), el diseño de servicios tiene como objetivo estructurar y optimizar cada punto de contacto entre los usuarios y el sistema, transformando experiencias rutinarias en vivencias memorables.

Aplicado al presente proyecto, esto implica concebir los espacios gastronómicos no solo como lugares funcionales para el consumo, sino como auténticos ecosistemas de socialización, donde cada interacción puede ser un disparador de conexión humana significativa. A través de narrativas cuidadosamente diseñadas, secuencias de interacción fluidas y la incorporación de un propósito compartido, se busca generar experiencias resonantes que enriquezcan tanto la dimensión individual como colectiva de los participantes.

Desde esta mirada, el diseño adquiere un rol activo en la configuración de relaciones sociales. Tal como plantea Thackara (2005), el diseño contemporáneo no se limita a producir objetos o servicios aislados, sino que debe entenderse como un proceso dinámico que interviene en la morfología y el comportamiento de los sistemas. Comprender cómo estos sistemas funcionan, qué los moviliza y de qué modo pueden transformarse es esencial para responder a las complejidades de la vida urbana actual.

En este marco, el presente trabajo propone una resignificación del rol del diseño industrial, articulando herramientas del diseño centrado en el usuario con los principios del diseño de servicios. El objetivo es sentar las bases para una nueva manera de concebir la experiencia gastronómica: una que no solo satisfaga necesidades funcionales, sino que también potencie la dimensión relacional, emocional y simbólica del acto de compartir la mesa. Se trata, en última instancia, de diseñar experiencias que promuevan el bienestar, el sentido de pertenencia y la construcción de comunidad en contextos cotidianos.

Oportunidad de diseño

La oportunidad de diseño en este contexto radica en crear soluciones que ayuden a redefinir los espacios físicos como entornos para promover conexiones humanas auténticas, contrarrestando el impacto de la creciente digitalización como medio principal de las relaciones interpersonales. Aunque las tecnologías digitales han facilitado una gran conectividad global, también han disminuido la profundidad de las interacciones cara a cara. Esta situación abre la posibilidad de diseñar experiencias y servicios que fomenten la socialización presencial, transformando lugares cotidianos, como locales del rubro gastronómicos, restaurantes, bares, etc. en escenarios propicios para el diálogo, la colaboración y la construcción de vínculos significativos.

El contexto actual que limita las interacciones presenciales está influenciado por diversos factores, como el aumento del trabajo remoto, la dependencia tecnológica para la comunicación y la escasez de actividades comunitarias. A esto se suman el diseño urbano que carece de espacios accesibles para socializar, estilos de vida acelerados que priorizan la productividad sobre el tiempo en comunidad y un individualismo creciente que debilita las redes sociales locales. Además, el impacto de la pandemia por COVID-19 consolidó aún más estos hábitos virtuales. La tecnología nos ofrece sustitutos en vez de conectarnos en la vida real y nos facilita todo un mundo virtual de relaciones, con dicho panorama actual, se refuerza la necesidad de diseñar soluciones que fomenten la interacción presencial y fortalezcan el tejido comunitario.

En los últimos años, el avance de las tecnologías digitales ha modificado profundamente las formas de interacción humanas. Las redes sociales han permitido un nivel de conectividad sin precedentes, facilitando la comunicación instantánea y continua. No obstante, esta hiperconectividad también ha generado transformaciones significativas en los vínculos sociales presenciales. Según el estudio Summer Hits v.1. "Hiperconectividad, ¿la nueva forma de sentirse solos?", las personas pasan en promedio 800 horas anuales frente a pantallas, lo que equivale a aproximadamente 33 días por año. Esta cifra no solo da cuenta del tiempo invertido en entornos digitales, sino que también refleja un desplazamiento de las interacciones humanas hacia esferas virtuales que, si bien prácticas, suelen carecer de la profundidad emocional que caracterizan a los encuentros cara a cara.

Este fenómeno ha sido señalado por la investigación de Sapien Labs (2023), que en su proyecto *The Mental State of the World* advierte sobre el aumento del aislamiento social en correlación con el uso intensivo de medios digitales, especialmente en adultos jóvenes. Aunque estas tecnologías han facilitado el acceso y la conectividad, también han debilitado la profundidad y la calidad de las relaciones cara a cara. En este sentido, se observa una reducción en la frecuencia y calidad de las interacciones presenciales, afectando los procesos de construcción de comunidad y pertenencia social.

Ya en la década de 1980, Craig Brod anticipaba los efectos de esta transformación al advertir que “la norma de nuestra sociedad está comenzando a cambiar. En varios años la calidez y la sensibilidad pueden verse como una aberración, mientras que la uniformidad y la eficiencia pueden ser consideradas como el estándar” (Brod, 1984). Esta reflexión adquiere una renovada vigencia al considerar el modo en que las tecnologías contemporáneas, al priorizar la inmediatez y la eficiencia, tienden a desvalorizar las dimensiones emocionales y sensibles de la interacción humana.

En este contexto, los locales gastronómicos emergen como espacios con un potencial singular para contrarrestar esta tendencia. Históricamente concebidos como lugares de encuentro, conversación y celebración, estos espacios públicos poseen la capacidad de promover experiencias sociales genuinas. Sin embargo, en la actualidad, su oferta se centra mayoritariamente en lo gastronómico, relegando otras dimensiones de la experiencia que podrían favorecer la generación de vínculos espontáneos y significativos entre los comensales. Esta subutilización del potencial social de los restaurantes representa una oportunidad de diseño clave: resignificar estos espacios como escenarios de interacción enriquecedora, donde el acto de compartir una mesa se convierta en un catalizador de conexión humana y construcción de comunidad.

Problema de investigación

En un contexto atravesado por una creciente digitalización, las formas tradicionales de interacción social se ven tensionadas por la mediación constante de tecnologías de la información. Si bien estas herramientas han permitido una conectividad global inmediata, también han contribuido a una progresiva disminución en la calidad y frecuencia de los encuentros presenciales, afectando la cohesión social y el bienestar emocional de las personas. Esta transformación ha tenido efectos significativos sobre la cohesión social, especialmente en entornos urbanos como la ciudad de Montevideo, donde el uso extendido de dispositivos móviles, redes sociales y plataformas de mensajería han modificado profundamente los hábitos de sociabilización, desplazando los espacios de encuentro físico a favor de la interacción digital. Si bien estas herramientas facilitan la comunicación rápida y constante, suelen carecer del componente emocional y relacional que caracteriza al contacto humano directo.

En este escenario, resulta pertinente repensar el rol de los espacios cotidianos como posibles escenarios para fomentar la socialización. Particularmente, los locales gastronómicos (que históricamente han funcionado como espacios de encuentro y vínculo social) presentan un potencial subutilizado. A pesar de su valor cultural y económico dentro de la comunidad, suelen enfocarse exclusivamente en la experiencia culinaria, dejando de lado su capacidad para generar interacciones espontáneas y profundas entre los comensales.

El problema de investigación se centra, por tanto, en cómo resignificar el papel de los locales gastronómicos como escenarios de interacción social significativa en un contexto marcado por el individualismo digital.

Este proyecto busca explorar y visibilizar el rol del diseño no solo como herramienta de mejora funcional, sino como agente activo en la configuración de experiencias que promuevan el encuentro presencial, el diálogo significativo y el fortalecimiento de los vínculos comunitarios. En ese sentido, se asume una postura crítica frente al avance acrítico de lo digital y se propone pensar al diseño como medio para recuperar dimensiones esenciales de lo humano: la conversación, la pertenencia y la construcción de lazos genuinos.

Pregunta general de investigación

¿Cómo puede el diseño transformar los espacios cotidianos en escenarios de encuentro que fomenten conexiones humanas auténticas?

Preguntas específicas de investigación

¿Cómo puede el diseño de servicios humanizar y enriquecer la experiencia social dentro de los espacios gastronómicos, en un contexto dominado por la digitalización?

¿Qué impacto tiene la digitalización en la capacidad de los individuos para formar vínculos sociales auténticos en espacios físicos, y cómo puede el diseño contribuir a mitigar este fenómeno?

¿Es posible equilibrar tecnología y presencialidad en entornos gastronómicos sin comprometer la autenticidad del encuentro humano?

Preguntas de reflexión crítica

En un mundo cada vez más interconectado, ¿cuál es el verdadero papel de la presencia física en la construcción de comunidades humanas, y qué efectos tendría la pérdida de esta experiencia en la calidad de nuestras relaciones interpersonales a largo plazo?

Si la digitalización es un facilitador de la comunicación, ¿por qué está llevando, a su vez, a un aumento del aislamiento social y la desconexión emocional? ¿Es la tecnología un enemigo de las interacciones humanas auténticas o simplemente un mal uso de sus posibilidades?

En un contexto donde los vínculos se disuelven a través de pantallas, ¿qué responsabilidad tiene el diseño en la creación de entornos que restablezcan las relaciones humanas en su forma más pura y significativa?

¿Es posible diseñar un espacio que sea a la vez digital y profundamente humano, sin perder la esencia de la interacción genuina entre los individuos? ¿Qué desafíos y oportunidades surgen al integrar estas dos dimensiones en el diseño de servicios en restaurantes y bares?

Objetivos e hipótesis

Objetivo general

1. Explorar el rol del diseño como disciplina crítica y estratégica en la construcción de vínculos sociales significativos en un contexto atravesado por la digitalización.

Objetivos específicos

1. Analizar críticamente el impacto de la digitalización en las relaciones interpersonales contemporáneas, identificando los desafíos que representa para la construcción de vínculos sociales significativos en contextos urbanos.
2. Explorar las potencialidades del diseño de servicios como herramienta estratégica para promover la cohesión social, considerando no solo los aspectos funcionales de los espacios, sino también sus dimensiones emocionales, simbólicas y culturales.
3. Desarrollar una propuesta situada que integre elementos de la gastronomía, la cultura y el encuentro social, utilizando como caso de estudio los locales gastronómicos de Montevideo, con el objetivo de resignificar estos espacios como escenarios de interacción auténtica.
4. Establecer lineamientos adaptables para la implementación de experiencias colectivas que favorezcan la socialización presencial, contemplando la diversidad de públicos, formatos y dinámicas socioculturales propias del contexto local.

Hipótesis

1. El diseño de servicios aplicado a espacios gastronómicos puede contribuir a revitalizar las interacciones sociales presenciales, mitigando los efectos de la digitalización sobre la cohesión social y el bienestar emocional, mediante propuestas que favorezcan experiencias colectivas significativas.
2. Los espacios físicos, cuando son diseñados con una comprensión profunda de las dinámicas sociales y emocionales, pueden convertirse en escenarios propicios para la reconstrucción de lazos comunitarios debilitados por la hiperconectividad digital.
3. El diseño centrado en el usuario, al integrar dimensiones culturales, simbólicas y sensoriales, permite crear entornos que no solo responden a necesidades funcionales, sino que también propician el sentido de pertenencia y la conexión interpersonal.
4. La incorporación de experiencias gastronómicas cuidadosamente diseñadas puede actuar como catalizador de la interacción social, generando momentos de encuentro que promuevan el diálogo, la empatía y la reconstrucción de vínculos humanos.

Resumen metodológico

La metodología de este Trabajo Final de Grado se estructura en tres etapas que responden tanto al proceso de investigación como al desarrollo proyectual. Cada una de ellas aporta fundamentos conceptuales y estratégicos al planteo de la propuesta final, en coherencia con la postura crítico-reflexiva adoptada frente al rol del diseño en contextos de creciente digitalización social.

Tipo y enfoque de investigación

La presente investigación se enmarca principalmente dentro del paradigma cualitativo, ya que busca comprender fenómenos complejos (como las dinámicas de socialización humana en entornos digitalizados) desde una mirada interpretativa, considerando las percepciones, emociones y significados construidos por los usuarios. A su vez, se incorpora una estrategia mixta, al incluir instrumentos cuantitativos (como encuestas), con el fin de complementar y enriquecer los hallazgos cualitativos.

Se trata de una investigación exploratoria y descriptiva, dado que se aproxima a una problemática contemporánea poco abordada desde el diseño (las consecuencias sociales de la hiperconectividad digital), y busca describir sus implicancias, matices y potenciales abordajes desde los espacios gastronómicos.

Desde el punto de vista metodológico, se adoptó una lógica propia del diseño centrado en las personas, aplicando herramientas que permiten comprender profundamente al usuario, sus contextos y experiencias. No obstante, este enfoque fue enriquecido por una mirada crítica-reflexiva, que propone no solo dar respuesta a una necesidad detectada, sino también cuestionar los modelos tecnológicos actuales y sus efectos sobre la vida social, el bienestar emocional y la construcción de vínculos.

Finalmente, el proyecto puede considerarse como un estudio de caso y un proyecto de diseño, ya que se orienta a la creación de una propuesta concreta (un servicio de socialización gastronómica) basada en la comprensión profunda del tema.

Antecedentes y contexto

En esta primera etapa se realizó un abordaje exploratorio para situar el fenómeno de estudio en un marco sociocultural más amplio. Se llevaron a cabo relevamientos bibliográficos enfocados en estudios sobre digitalización, vínculos humanos, bienestar emocional y hábitos de socialización. También se analizaron informes y fuentes académicas que problematizan la relación entre tecnología y relaciones interpersonales (Turkle, Bauman, Thackara, entre otros), así como datos provenientes del Estudio de Harvard sobre el desarrollo adulto, que permitió fundamentar la centralidad del vínculo social como necesidad humana.

De forma complementaria, se realizó un relevamiento de experiencias sociales existentes (tanto locales como internacionales) con distintos niveles de involucramiento tecnológico, clasificándolas en una escala desde experiencias que eliminan la tecnología hasta aquellas que la integran activamente. Este análisis permitió identificar tendencias emergentes que tensionan el rol de la tecnología en la construcción de vínculos.

Por otra parte, se efectuó un relevamiento de restaurantes y bares de Montevideo, centrado en observar dinámicas espaciales, formatos de servicio y tipos de experiencias que ofrecen. Esta investigación brindó información clave para entender el contexto específico de aplicación del proyecto.

Aportes: Esta etapa permitió enmarcar el problema de diseño en un contexto local y global, ofreciendo fundamentos conceptuales y empíricos para justificar la necesidad de intervenir en los espacios físicos de socialización, desde una mirada crítica hacia la hiperconectividad digital.

Métodos para conocer, analizar y definir la oportunidad de diseño

En esta fase se aplicaron herramientas propias del diseño centrado en las personas, con el fin de comprender en profundidad las necesidades, motivaciones y frustraciones del público objetivo. Para ello, se realizaron:

- Entrevistas semiestructuradas a usuarios reales y potenciales, con el fin de conocer percepciones, hábitos y expectativas en torno a las experiencias sociales en restaurantes.
- Encuestas cuantitativas, que permitieron ampliar el universo de análisis y obtener datos relevantes sobre la frecuencia de socialización, la predisposición a socializar en entornos gastronómicos, intereses y motivaciones, etc.
- Perfil de usuario y mapa de empatía, contruidos a partir de los hallazgos anteriores, para visualizar las emociones, necesidades y comportamientos del público objetivo de la propuesta.
- Customer Journey Map, que permitió analizar el recorrido del usuario en la experiencia gastronómica, detectando puntos críticos de desconexión o insatisfacción y oportunidades de mejora en la experiencia total.
- Moodboard, como herramienta de investigación visual para traducir emociones, valores y estilos de vida de los usuarios.

Adicionalmente, se implementó el mapeo del sistema para identificar los distintos actores involucrados en el servicio (clientes, personal del restaurante, cocineros, proveedores, etc.) y comprender las relaciones entre ellos, reconociendo posibles barreras y oportunidades de articulación.

Aportes: Esta etapa consolidó una visión holística del problema, articulando dimensiones emocionales, sociales, tecnológicas y espaciales. Permitted definir con precisión la oportunidad de diseño, entendida no solo como una mejora funcional, sino como una propuesta con impacto simbólico y ético frente a una sociedad crecientemente mediada por dispositivos tecnológicos.

Métodos aplicados al desarrollo del proyecto de diseño

La fase proyectual consistió en la conceptualización y diseño detallado del servicio, informada por los hallazgos obtenidos en las etapas anteriores. Se desarrolló una propuesta integral que contempla:

- Diseño de una experiencia de socialización gastronómica adaptable a diferentes restaurantes de Montevideo.
- Service Blueprint, que permitió definir en detalle los componentes visibles e invisibles del servicio, los puntos de contacto con el usuario, los procesos internos necesarios para su implementación, y las posibles fricciones.
- Diseño del espacio físico y de los elementos tangibles, que acompañan el tipo de experiencia propuesta y favorecen la interacción entre comensales.
- Narrativa del servicio y dinámicas sociales específicas, orientadas a fomentar la conversación, la empatía y la conexión humana.

El diseño se basó en la premisa de que no es necesario rechazar la tecnología por completo, sino encontrar maneras conscientes de dosificar su presencia en función del bienestar de los usuarios y de los objetivos sociales del encuentro.

Aportes: Esta última etapa mostró cómo los métodos de diseño, articulados desde una postura crítica y reflexiva, pueden convertirse en herramientas de transformación cultural. La propuesta proyectual se constituyó como una intervención significativa que no solo atiende necesidades funcionales, sino que promueve un modelo de socialización más humano, atento al contexto contemporáneo y con un potencial replicable en otros espacios.

Marco teórico

Hoy, el diseño va más allá del diseño de artefactos, se expande a la experiencia que los usuarios tienen con productos, servicios y/o espacios. El diseño es una herramienta que logra orquestar los procesos y sistemas que están detrás de estas experiencias.

Para enmarcar este proyecto dentro de algunas definiciones, es necesario puntualizar el concepto de servicio, y según el Diccionario de la RAE, se define como servicio a 'una prestación que satisface alguna necesidad humana y que no consiste en la producción de bienes materiales'.

Otra definición, según la norma ISO 9000, define un servicio como 'una interfaz entre proveedor y usuario. Puede ser: una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado por el usuario (por ejemplo, la reparación de un automóvil); una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el usuario (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de impuestos); la entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de información en el contexto de la transmisión de conocimiento) y/o la creación de una ambientación para el usuario (por ejemplo, en hoteles y restaurantes)'.

"Está apareciendo una nueva actividad del diseño, que apunta a un nuevo, emergente y fascinante rol para los diseñadores. Los diseñadores participativos tienen que aceptar positivamente que ya no pueden aspirar más a un monopolio sobre el diseño. Si se comprende bien, este cambio en el lugar de los diseñadores en la sociedad no se reduce sino que, por el contrario, se está ampliando. Precisamente porque la sociedad entera puede describirse como una red de redes de diseño, los diseñadores tienen la creciente responsabilidad de participar activamente en ellas, alimentándolas con su conocimiento específico de diseño: sus habilidades de diseño, capacidades y sensibilidades que en parte proceden de su cultura y experiencia tradicionales y en parte son totalmente nuevos."

(Jégou, Manzini, 2008, pág. 41).

El diseño de servicios es capaz de proyectar experiencias significativas a través de propuestas útiles, deseables y memorables para las personas, y eficientes y efectivas para las organizaciones, haciéndose cargo del desarrollo estratégico (propuesta de valor, concepto y sistema) y del desarrollo operativo del servicio (diseño de los tangibles e intangibles que hacen interactuar a las personas con la organización). (DS UC, 2017 en base a Moritz, S. 2005).

“El diseño no tiene lugar en una situación; es la situación. Como planificadores, diseñadores y ciudadanos, necesitamos reconsiderar nuestros espacios, lugares y comunidades para aprovechar el potencial dinámico de la colaboración en red”.

John Thackara.

El diseño de servicios debe considerar las necesidades emocionales, funcionales y sociales de los usuarios. Según Norman (1988), los buenos diseños interactúan eficazmente con las emociones y crean experiencias significativas que fomentan el compromiso.

La necesidad de establecer vínculos significativos y pertenecer a un grupo social constituye una de las necesidades humanas fundamentales. Desde diversas disciplinas (como la psicología, la sociología y las neurociencias) se ha demostrado que el ser humano es, por naturaleza, un ser social cuya salud mental, emocional y física dependen en gran medida de la calidad de sus relaciones interpersonales.

Uno de los marcos teóricos más influyentes es el de Baumeister y Leary (1995), quienes sostienen que los individuos tienen una necesidad psicológica universal de pertenencia, es decir, una tendencia fundamental a formar y mantener lazos interpersonales estables, positivos y duraderos. Esta necesidad no solo tiene implicancias afectivas, sino que también está estrechamente relacionada con el bienestar subjetivo, la autoestima y la salud general. Cuando esta necesidad no se satisface (ya sea por aislamiento, vínculos superficiales o hiperconectividad sin profundidad) pueden manifestarse síntomas de ansiedad, depresión e incluso deterioro cognitivo.

El Estudio de Harvard sobre el desarrollo adulto, que se ha extendido por más de 80 años, concluye que la calidad de nuestras relaciones es el factor más importante para una vida larga, saludable y feliz. Los vínculos sociales no solo ofrecen soporte emocional, sino que también fomentan la resiliencia, la empatía y la capacidad de cooperación: habilidades fundamentales para la vida en comunidad. Asimismo, el bienestar emocional y la cohesión social constituyen pilares esenciales para el desarrollo humano integral, desde la sociología y la filosofía, autores como Bauman (2003), Sennett (1998) y Turkle (2011) advierten que la creciente digitalización de las interacciones han debilitado los lazos comunitarios, afectando negativamente la experiencia de socialización presencial y la construcción de identidades colectivas.

En un contexto contemporáneo donde las formas de conexión se ven mediadas por tecnologías digitales, se hace necesario repensar el rol del diseño en la reconstrucción de espacios físicos y experiencias que fortalezcan estos vínculos humanos esenciales para el bienestar individual y colectivo. Promover interacciones cara a cara, el encuentro espontáneo y la conversación profunda no son lujos opcionales, sino respuestas necesarias a una necesidad básica humana que el diseño tiene la capacidad (y la responsabilidad) de atender.

En las últimas décadas, la digitalización ha transformado radicalmente las formas de comunicación humana. La inmediatez, la ubicuidad y la eficiencia de los dispositivos móviles, redes sociales y plataformas de mensajería han promovido una hiperconectividad sin precedentes. Sin embargo, esta transformación también ha generado nuevos desafíos en el plano relacional.

Según el informe Digital 2024 de DataReportal, en países como Uruguay, más del 90% de la población utiliza internet, y plataformas como WhatsApp, Instagram y Facebook figuran entre las principales formas de contacto diario. Este patrón no es aislado: en América Latina, el uso de medios digitales ha desplazado en gran medida a las interacciones presenciales como vía principal de socialización.

Este fenómeno ha sido señalado por la investigación de Sapien Labs (2023), que en su proyecto *The Mental State of the World* advierte sobre el aumento del aislamiento social en correlación con el uso intensivo de medios digitales, especialmente en adultos jóvenes. Aunque estas tecnologías han facilitado el acceso y la conectividad, también han debilitado la profundidad y la calidad de las relaciones cara a cara.

Autores como Sherry Turkle (2015), en *Reclaiming Conversation*, sostienen que la omnipresencia de los dispositivos móviles interfiere en el desarrollo de conversaciones significativas, afectando nuestra capacidad de escucha, empatía y conexión genuina, la autora enfatiza que la conversación cara a cara es el “motor de la empatía, la intimidad, la colaboración y la creatividad”, y que su pérdida tiene consecuencias directas sobre la salud emocional y la cohesión social. En sintonía, Zygmunt Bauman describe en *Modernidad líquida* (2000) cómo las relaciones actuales tienden a volverse más superficiales y volátiles, reflejando la lógica efímera del entorno digital.

Las plataformas de redes sociales, las aplicaciones de mensajería y el correo electrónico permiten la comunicación instantánea y constante, sin importar la distancia geográfica. Esto ha facilitado mantener y desarrollar vínculos sociales a través del tiempo y el espacio. Sin embargo, también ha llevado a debates sobre la calidad de estas interacciones comparadas con la comunicación cara a cara (Turkle, 2012). Esta autora, advierte en sus investigaciones, sobre cómo los dispositivos digitales y las redes sociales, lejos de conectarnos de manera significativa, muchas veces erosionan los vínculos auténticos y reemplazan la conversación presencial por una interacción superficial y controlada.

Desde la neurociencia, estudios como los de Cacioppo et al. (2009) demuestran que el aislamiento social activa las mismas regiones cerebrales que el dolor físico. Esto refuerza la idea de que la falta de vínculos significativos no es simplemente un malestar psicológico, sino una señal biológica de alarma.

Las redes sociales, aunque pueden aumentar el sentido de comunidad y conexión, también pueden provocar sentimientos de envidia, ansiedad y una percepción distorsionada de la realidad. Las relaciones románticas también han sido afectadas, con aplicaciones de citas como Tinder y Bumble facilitando nuevas formas de conocer parejas potenciales, pero también presentando desafíos en términos de superficialidad y compromiso (Finkel et al., 2012).

Según un informe de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2020) que subraya que las redes sociales son una de las aplicaciones de internet más populares en la región. La facilidad de uso y la accesibilidad de estas plataformas han llevado a un cambio en la forma en que las personas se conectan y mantienen relaciones. El informe también discute las preocupaciones sobre la calidad de las relaciones sociales en la era digital, ya que estas interacciones tienden a ser más superficiales en comparación con las relaciones cara a cara.

Sherry Turkle (MIT) en "Reclaiming Conversation" señala que el exceso de comunicación digital reduce la calidad de nuestras conversaciones, incluso cuando estamos físicamente presentes.

Es esencial encontrar un equilibrio entre el uso de la tecnología y las interacciones presenciales para mantener relaciones saludables y significativas que aporten a nuestro bienestar general, como individuos y como sociedad. Diseñar para fortalecer el encuentro humano, la escucha activa y la construcción de comunidad no solo responde a un desafío contemporáneo, sino que se alinea con un enfoque ético y sustentable del diseño. En este sentido, la promoción del bienestar emocional y la cohesión social pueden entenderse como una forma de satisfacer necesidades humanas del presente, contribuyendo a la resiliencia y el bienestar de las generaciones futuras.

En este sentido, la presente investigación asume una postura crítica y reflexiva frente al papel de la tecnología en la vida contemporánea. No se trata de negar sus beneficios, sino de visibilizar sus impactos sociales y emocionales, y de proponer estrategias de diseño que reconecten a las personas en entornos físicos, resignificando los espacios de encuentro.

Antecedentes

Experiencias que minimizan o eliminan la tecnología

Cenas a ciegas

Eventos como "Dining in the Dark" y "Dans le Noir?" ofrecen experiencias gastronómicas en completa oscuridad, eliminando la vista para agudizar otros sentidos y fomentar una conexión más profunda entre los comensales. Al no poder ver, los participantes se enfocan más en la conversación y la experiencia sensorial de la comida.

Cenas clandestinas con desconocidos

Iniciativas como "Biga Clandestina" en Madrid organizan cenas en lugares secretos, revelando la ubicación solo horas antes del evento. Los asistentes, que no se conocen previamente, comparten una comida sin distracciones tecnológicas, promoviendo la interacción y el descubrimiento mutuo.

Antecedente puntual: "El día que volvimos a mirarnos a los ojos", apagón masivo en Europa

Eventos como apagones masivos han demostrado cómo la ausencia de tecnología puede fomentar interacciones humanas más genuinas. Durante un apagón en Europa, las personas se vieron obligadas a interactuar cara a cara, redescubriendo la importancia de la conexión humana sin la mediación de dispositivos digitales.

Restaurantes que prohíben el uso de dispositivos celulares:

Caterina's (Fort Worth, Texas, EE. UU.)

Este restaurante de comida italiana, dirigido por el chef Tim Love, requiere que los comensales entreguen sus teléfonos móviles al personal al ingresar. La medida busca combatir la "epidemia tecnológica" y fomentar una experiencia culinaria más consciente y social.

Los Pequeños Platos de Mamama (Francia)

En este establecimiento, se prohíbe el uso de teléfonos móviles para crear un ambiente propicio para el intercambio auténtico entre amigos, familiares o incluso desconocidos. La iniciativa busca sumergir a los comensales en un momento de convivencia sin distracciones digitales.

Pazar Food Collective (Sídney, Australia)

Este restaurante fusión que mezcla la comida turca con la mexicana ha prohibido el uso de dispositivos electrónicos, incluidos iPads y teléfonos inteligentes, dentro de sus instalaciones. La medida busca fomentar la interacción familiar y evitar conductas inapropiadas relacionadas con el uso de tecnología durante las comidas.

Cafés y otros espacios que promueven la desconexión digital:

The Offline Club (Ámsterdam, Países Bajos)

Este café ofrece espacios donde el uso de teléfonos está prohibido. Los participantes dejan sus dispositivos en una caja de seguridad al entrar y se disponen a disfrutar de horas sin la constante distracción digital, fomentando la interacción cara a cara y actividades como la lectura o juegos de mesa.

Iniciativa "Offline Club" (Las Rozas, España)

El Ayuntamiento de Las Rozas, en colaboración con seis establecimientos hosteleros, ha lanzado el "Offline Club", una iniciativa que ofrece a los clientes dispositivos para 'desconectar' del móvil mientras están comiendo o cenando, promoviendo así la conversación y la conexión interpersonal.

Experiencias que integran tecnología de manera moderada

Eventos culturales en espacios íntimos

En Madrid, espacios como El Chulo o la peluquería NIM Salón funcionan como núcleos culturales donde se combinan encuentros presenciales con cierta presencia digital, como la promoción en redes sociales. Aunque la tecnología está presente, no domina la experiencia, permitiendo que la interacción humana sea el foco principal.

Eventos TEDx con enfoque en la creatividad y la disidencia intelectual

Eventos como TEDxPortoPí en Mallorca promueven la interacción social a través de charlas que invitan a la reflexión y al debate, utilizando la tecnología como medio para difundir ideas, pero centrando la experiencia en la presencia física y el intercambio humano.

Juegos de realidad aumentada para la conexión social

LINA

Es un juego de realidad aumentada diseñado para adolescentes, que se juega en el aula junto con el docente. Utiliza narrativas inmersivas y actividades colaborativas para fomentar la interacción entre compañeros y mejorar el sentido de pertenencia. El objetivo es crear un espacio seguro para reflexionar sobre la salud mental y fortalecer las relaciones interpersonales.

Project IRL

Esta iniciativa explora cómo la realidad aumentada puede facilitar interacciones sociales presenciales. A través de aplicaciones móviles, se promueven actividades lúdicas que requieren la colaboración entre los participantes, enfocándose en la interacción cara a cara y el juego compartido.

Aplicaciones móviles para eventos presenciales

En eventos corporativos y sociales, las aplicaciones móviles se utilizan para mejorar la experiencia de los asistentes. Estas apps permiten gestionar agendas, interactuar en tiempo real con ponencias, participar en encuestas y recibir notificaciones personalizadas. Además, facilitan la recopilación de métricas clave para los organizadores, como el nivel de asistencia y la participación en sesiones.

Centros de inclusión digital en comunidades rurales

Los Centros CyL Digital en Castilla y León son espacios que promueven la alfabetización digital en zonas rurales. Ofrecen formación en competencias digitales básicas y el uso de herramientas como la inteligencia artificial, con el objetivo de reducir la brecha digital y fomentar la inclusión social. Estos centros combinan la tecnología con la interacción comunitaria, creando entornos de aprendizaje colaborativo.

Cenas compartidas en casas de chefs

Una experiencia social cada vez más popular en distintas ciudades del mundo son las cenas organizadas por chefs en sus propias casas, donde los comensales no se conocen previamente. Plataformas como EatWith, VizEat (ahora parte de EatWith) o iniciativas locales permiten a usuarios reservar un lugar en una cena temática y compartir la mesa con desconocidos.

Experiencias que dependen en gran medida de la tecnología

Industria de la soledad y soluciones tecnológicas

La creciente soledad ha dado lugar a una industria que utiliza la tecnología para ofrecer compañía, como chatbots y aplicaciones de salud mental.

Restaurantes con realidad aumentada o experiencias inmersivas

Ultraviolet (Shanghái) o Le Petit Chef (presente en varias ciudades)

La tecnología transforma el espacio físico con proyecciones 3D, iluminación controlada, sonido envolvente y realidad aumentada. Cada plato viene acompañado de un relato visual y sensorial.

Cenas silenciosas con uso de auriculares o aplicaciones

The Silent Dinner Party o Sound Dining

Los comensales usan auriculares que transmiten música, instrucciones de meditación o conversaciones pregrabadas. En otros casos, una app dirige los temas de conversación o actividades durante la cena.

Restaurantes con robots o inteligencia artificial

Robot.he (China), Spyce (Boston), Flippy (robot parrillero en varias cadenas)

Robots preparan, sirven o incluso interactúan con los clientes. En algunos casos, no hay contacto humano directo.

Eventos sociales en el metaverso o espacios virtuales

VRChat, AltspaceVR, Meta Horizon Worlds

Las personas se reúnen a través de avatares en entornos virtuales para socializar, jugar o asistir a eventos culturales.

Cafeterías o bares diseñados para el contenido digital

Selfie cafés en Corea del Sur o Instagrammable Cafés en Nueva York y Dubái

La estética del lugar está pensada para generar contenido visual atractivo (fotos, reels, lives). Se prioriza lo que puede compartirse online.

Proyecto

El diseño de servicio ideado en este Trabajo Final de Grado consiste en crear una sinergia entre el espacio, las dinámicas y las emociones para convertir el lugar en un catalizador de interacciones sociales significativas.

Tertulias Montevideanas es un servicio gastronómico y social diseñado para integrarse en distintos locales gastronómicos de la Ciudad de Montevideo, ofreciendo una experiencia adaptable y envolvente que fomenta la interacción entre personas en un ambiente relajado y enriquecedor.

A través de encuentros cuidadosamente diseñados, este evento invita a los asistentes a compartir una propuesta sensorial y cultural única, en la que la gastronomía y el intercambio social se entrelazan de manera orgánica. Los participantes degustarán diferentes comidas y bebidas en una dinámica interactiva y participativa, donde cada elección y conversación se convierte en una oportunidad para conocer nuevas personas.

Su flexibilidad permite que cada establecimiento lo adapte a su identidad y propuesta culinaria, manteniendo siempre la esencia de cohesión social y disfrute de Tertulias. Su carácter interdisciplinario demanda la integración activa de distintas áreas a lo largo de todo el proceso creativo y operativo, requiere de la colaboración articulada entre profesionales de distintos ámbitos, que se nutren entre sí y construyen en conjunto una experiencia significativa y coherente.

El diseño de servicio propuesto convierte los espacios gastronómicos en escenarios de encuentro, fomentando conexiones genuinas entre los comensales en un contexto donde la digitalización ha reducido las interacciones presenciales. Más allá de la ambientación física, este enfoque se centra en la experiencia social y emocional de los usuarios, generando un entorno propicio para la conversación, el disfrute compartido y el descubrimiento gastronómico. Al integrar el diseño del espacio con dinámicas narrativas cuidadosamente estructuradas, Tertulias Montevideanas no solo enriquece la oferta del restaurante anfitrión, sino que también fortalece su identidad, atrayendo nuevos clientes, fidelizando a los actuales y diferenciándose en un mercado cada vez más competitivo.

Propuesta del servicio

Tertulias Montevideanas es un sistema de eventos planificados en locales gastronómicos, se trata de una experiencia gastronómica y social diseñada para transformar espacios culinarios en escenarios de encuentro. Más que una simple cena, se trata de una actividad que invita a compartir, degustar y descubrir, en un formato exclusivo pensado para grupos reducidos, lo que permite una interacción auténtica y un ambiente íntimo y cuidado. Mediante una serie de actividades planificadas y secuenciadas, se diseñan experiencias inmersivas en torno a un concepto específico, cada edición se ajusta a la identidad y propuesta gastronómica del local anfitrión. No es un evento estandarizado, sino una experiencia flexible que respeta la esencia del espacio donde se desarrolla. Esto permite que cada establecimiento pueda mostrar lo mejor de sí, a través de un menú diseñado para la ocasión, muchas veces acompañado por personal experto en el rubro.

En resumen, Tertulias Montevideanas ofrece:

- Una experiencia sensorial integral que estimula el gusto, la vista, el oído y las emociones.
- Un formato adaptable y colaborativo, que potencia la propuesta del restaurante.
- Un servicio de diseño, que considera cada detalle: ambientación, tiempos, comunicación y atención.
- Una propuesta diferencial, que se destaca por fomentar conexiones humanas reales, en tiempos donde lo presencial vuelve a cobrar valor.

Logotipo:



Fases del servicio

Fase 1 - Planificación previa

(2 a 4 semanas antes del evento)

En esta etapa se establecen los aspectos fundamentales del evento y se coordina, a la par, con el local gastronómico. La planificación previa es una etapa clave para garantizar que Tertulias Montevideanas se adapte de manera efectiva a cada restaurante anfitrión. En esta fase, se trabaja en conjunto con el equipo del local para definir aspectos operativos, espaciales y conceptuales, asegurando que la experiencia fluya sin inconvenientes y responda tanto a la identidad del establecimiento como a las expectativas de los asistentes y sea coherente con los objetivos del servicio. En esta etapa es fundamental establecer acuerdos claros sobre la logística del evento, el tipo de servicio ofrecido y los recursos disponibles para lograr una implementación exitosa.

- Selección del local y validación de su disponibilidad.
- Definición del formato del evento: Establecer si será una cena de degustación guiada, un encuentro más descontracturado o una experiencia temática, en función del espacio, tipología y público objetivo del local gastronómico.
- Capacidad y disposición del espacio: Asegurar que el local tenga capacidad para recibir entre 20 y 25 personas en un ambiente cómodo y propicio para la interacción. Pautar la distribución para la zona de recepción y las mesas principales para la cena.
- Infraestructura disponible: Verificar mobiliario adecuado, iluminación y acústica del espacio. (Ver requisitos en la página 61 de este informe).
- Coordinación del menú y maridaje: Adaptar la propuesta gastronómica a la oferta del restaurante, asegurando variedad y coherencia con la experiencia sensorial y social del evento.
- Disponibilidad de personal: Definir roles clave como anfitriones, mozos/as, sommeliers o expertos gastronómicos que participarán en la experiencia (este último, si aplica).

Fase 1 - Planificación previa

(2 a 4 semanas antes del evento)

- Estrategia de comunicación: El evento se promueve a través de las redes sociales de Tertulias Montevideanas (Instagram, X y Facebook) y también se comparte en las redes sociales del local gastronómico en colaboración.
- Gestión de reservas: Las inscripciones, gestión y cobro estarán a cargo del equipo de Tertulias y se gestionan a través de una página web. Las reservas son con cupo limitado y pago anticipado.
- Materiales y ambientación: Recolectar material para producir elementos como los menús impresos y/o detalles decorativos que refuercen la identidad del evento.
- Gestionar el acuerdo comercial con el local gastronómico: Acuerdo sobre los costos, margen de ganancia y modalidad de pago.
- Evaluar y calcular materias primas para cumplir con el menú que se propone para la cantidad de comensales. (A cargo del local gastronómico en coordinación con sus proveedores).

Fase 2 - Implementación y ejecución

(El día del evento)

La implementación y ejecución de Tertulias Montevideanas es el momento en el que la planificación previa toma forma y se materializa en una experiencia narrativa fluida y envolvente para los asistentes a través de una secuencia de fases conectadas e interrelacionadas. En esta etapa, cada detalle del servicio debe estar cuidadosamente coordinado para garantizar una interacción armoniosa entre los participantes, el personal del restaurante y el espacio.

- Preparación del espacio: Antes de la llegada de los asistentes, se debe disponer el mobiliario según el formato, asegurando comodidad y una disposición que favorezca la interacción.
- Coordinación del equipo: Realizar una reunión previa con el personal involucrado (anfitrión, meseros, sommeliers, cocineros) para repasar la dinámica del evento, tiempos de servicio y roles específicos.
- Recepción y bienvenida: Repasar este primer punto de contacto con el anfitrión del evento, asegurarse que los asistentes sean recibidos con información clara sobre la dinámica del evento y se les entregue el menú de degustación que se desarrollará durante el evento.
- Inicio de la experiencia gastronómica: Asegurar que la primera degustación sea servida de manera coordinada, acompañada de una introducción, facilitando información gastronómica de la selección de bebidas y platos.
- Favorecer la interacción social: Promover conversaciones a través de preguntas disparadoras, anécdotas sobre la gastronomía y guiado sutil por parte del anfitrión para generar un ambiente de confianza y conexión.
- Gestión del tiempo: Supervisar que cada etapa del evento fluya de manera natural sin generar tiempos muertos ni apresuramientos.
- Cierre del evento: Finalizar con un agradecimiento especial a los asistentes, reforzando la identidad de Tertulias Montevideanas e incentivando su participación en futuras ediciones.
- Resolución de imprevistos: Mantener una actitud proactiva ante cualquier contratiempo (retrasos, ajustes en el servicio, imprevistos técnicos) sin afectar la experiencia general del evento.

Fase 3 - Evaluación y seguimiento

(1 a 3 días después del evento)

Para mejorar futuras ediciones y fidelizar clientes, se le hace un seguimiento a los asistentes del evento. La evaluación y el seguimiento son esenciales para garantizar la mejora continua de Tertulias Montevideanas y su adaptación a diferentes espacios gastronómicos. Esta fase permite analizar el impacto del evento en términos de experiencia del usuario, desempeño del servicio y satisfacción del local anfitrión. A través de la recopilación de feedback y métricas clave, se pueden identificar oportunidades de optimización para futuras ediciones, fortaleciendo la propuesta de valor y consolidando una comunidad en torno a la experiencia.

- Encuestas de satisfacción: Enviar un formulario breve a los asistentes tras el evento para conocer su percepción sobre la experiencia, el servicio y el ambiente.
- Feedback del restaurante anfitrión: Realizar una reunión o entrevista con los responsables del local para evaluar la integración del evento con su oferta gastronómica y su impacto en la clientela.
- Análisis de interacción social: Observar y registrar dinámicas de participación, nivel de conexión entre asistentes y posibles mejoras en la disposición del espacio o la facilitación del encuentro.
- Revisión del desempeño del equipo: Evaluar la coordinación del personal involucrado, tiempos de servicio y fluidez de la ejecución del evento.
- Registro de aprendizajes y ajustes: Documentar aciertos y áreas de mejora para optimizar la planificación de futuras ediciones y adaptar la experiencia a diferentes formatos y públicos.
- Estrategia de fidelización: Implementar acciones para mantener el vínculo con los asistentes, como el envío de agradecimientos personalizados, acceso a eventos exclusivos o beneficios en próximas ediciones.
- Medición del impacto comercial: Evaluar si el evento cumplió con los objetivos del restaurante y explorar posibilidades de futuras colaboraciones.
- Registro fotográfico y contenido post-evento.: Publicación de imágenes y videos en redes sociales de Tertulias, agradecimiento a los asistentes y mención al restaurante anfitrión.

Formato del evento

El evento está diseñado para ser una experiencia exclusiva y cercana, con un máximo de 20-25 participantes, asegurando así una interacción fluida y un ambiente acogedor. Tertulias Montevideanas es un servicio diseñado para integrarse de manera flexible a distintos espacios gastronómicos, garantizando una experiencia auténtica y alineada con la identidad de cada restaurante o bar anfitrión. Para ello, se plantean tres enfoques combinables según la infraestructura y propuesta del local:

- **Degustación guiada y maridaje:** Ideal para restaurantes que buscan una experiencia más estructurada y sofisticada. Se presenta un menú de degustación con maridajes cuidadosamente seleccionados, acompañado por la introducción de un sommelier o chef. Los asistentes disfrutan de una presentación detallada de cada plato y bebida, permitiendo un aprendizaje profundo en un ambiente cercano.
- **Encuentro social y experiencia sensorial:** Perfecto para bares de vinos, cervecerías o espacios más relajados. Se ofrece una degustación más flexible, con opciones de tapeo, degustación de distintas cervezas artesanales o picadas maridadas. Pueden incorporarse elementos sensoriales como música en vivo o experiencias inmersivas.
- **Propuesta temática:** Cada evento se ajusta a la identidad del local anfitrión, permitiendo que el chef o sommelier diseñe un menú especial basado en su oferta culinaria y productos de temporada. La experiencia puede centrarse en un tipo de vino, una región específica o un concepto gastronómico innovador, manteniendo siempre un equilibrio entre lo gastronómico y lo social.

Estructura del evento

Bienvenida y recepción

El evento tiene una duración total de 2 horas y media a 3 horas y sigue una estructura organizada en tres momentos principales (bienvenida y recepción, experiencia gastronómica y social, y cierre y despedida), asegurando una experiencia fluida y enriquecedora.

El inicio de Tertulias Montevideanas es un punto crucial en la experiencia del usuario, ya que marca el tono de la velada y establece las expectativas del evento. La recepción está diseñada para generar una sensación de calidez y confianza, permitiendo que los asistentes se sientan cómodos desde el primer momento. En términos de estructura, la recepción dura entre 20 a 25 minutos, tiempo suficiente para que los asistentes lleguen, se ubiquen y comiencen a interactuar sin apresurarse.

Al llegar, los invitados son recibidos por el anfitrión del evento, quien les da la bienvenida con una breve introducción sobre la experiencia que ofrece Tertulias Montevideanas y les hace entrega del menú de la noche impreso. Este primer contacto es clave para reducir cualquier posible incomodidad inicial y facilitar la integración entre los participantes. Para reforzar la hospitalidad, se ofrece una copa de bienvenida con una selección especial de una bebida (copa de vino, por ejemplo), acompañada de una breve explicación sobre su origen o características, incentivando la conversación y la inmersión en la temática del evento.

El espacio de recepción está ambientado con iluminación cálida y tenue, música suave y una disposición del mobiliario que invite a la circulación y el encuentro, esto contribuye a generar una atmósfera relajada y propicia para el diálogo.

Desde la perspectiva del diseño de experiencias, este momento inicial cumple la función de priming (Baumeister & Leary, 1995), es decir, predispone emocional y cognitivamente a los asistentes para lo que vendrá. Al sentirse bienvenidos y conectados con el ambiente, es más probable que participen activamente en la dinámica de la velada. Además, este primer encuentro favorece la creación de confianza entre los asistentes, quienes comienzan a familiarizarse entre sí de manera natural, sentando las bases para una interacción más fluida durante el evento.

Estructura del evento

Bienvenida y recepción

Este primer contacto no solo enmarca la identidad de Tertulias Montevideanas, sino que también permite que los participantes se sientan parte de una comunidad, donde la conversación y el descubrimiento mutuo serán los protagonistas.

El objetivo es introducir a los asistentes en el concepto del evento, generar un ambiente cálido y facilitar la interacción inicial.

Las personas involucradas en esta etapa son:

- Anfitrión/a del evento.
- Comensales.

Desarrollo:

- Recepción y saludo a los invitados.
- Bienvenida a los comensales ofreciendo una copa de cortesía.
- Entrega del menú impreso.
- Breve introducción al concepto del evento y explicación sobre la dinámica.
- Acompañamiento a la mesa principal.
- Espacio y tiempo para que los asistentes se ubiquen y comiencen a interactuar con los distintos comensales que están arribando al lugar para disfrutar del evento.

Estructura del evento

Experiencia gastronómica y social

Este momento del evento busca estimular los sentidos, fomentar la conversación y generar cohesión social entre los asistentes. Es aquí donde los comensales se sientan en las mesas comunales preparadas para el evento y aguardan el inicio de la actividad principal, se pueden guiar por el menú que tienen en sus manos para conocer los próximos pasos.

La experiencia gastronómica central, en su totalidad, tiene una duración de 1 hora y media aproximadamente. El anfitrión, antes de dar paso al desarrollo principal, realiza una introducción general, explicando la dinámica de la noche, presentando a posibles expertos invitados y animando a los asistentes a disfrutar de la experiencia. También, se explican los pasos y contenido del menú (acorde a la planificación previa de la fase 1 del servicio).

El personal va acercando a la mesa todo lo necesario para dar comienzo a la experiencia de degustación.

La propuesta no solo busca ofrecer una experiencia gastronómica de alta calidad, sino también propiciar un ambiente que facilite la conexión entre los asistentes. La disposición del espacio, la dinámica del servicio y los estímulos sensoriales están diseñados estratégicamente para favorecer el encuentro, el diálogo y la construcción de nuevas relaciones. En este momento, gracias a la disposición de mesas comunales, que promueven la cercanía entre desconocidos y crean el escenario propicio para el intercambio espontáneo, comienzan a fluir las interacciones. Los participantes comienzan a explorar la propuesta gastronómica mientras observan su entorno. Las primeras interacciones suelen surgir de manera natural: algunos consultan sobre las opciones del maridaje, otros comentan sobre sus expectativas o hacen preguntas al personal, iniciando una conversación compartida.

El momento del primer brindis es un hito dentro de la experiencia, ya que no solo marca el comienzo formal de la cena, sino que también funciona como un ritual de integración. Este gesto simbólico rompe el hielo y establece un punto en común entre todos los asistentes, reforzando la sensación de comunidad.

Estructura del evento

Experiencia gastronómica y social

A partir de este punto, las conversaciones se diversifican: algunos participantes comparten anécdotas sobre experiencias previas en otros eventos, otros se aventuran a descubrir nuevos sabores y texturas en conjunto comentando sus impresiones con quienes les rodean, entre otras.

Desde el plano psicológico, se ha demostrado que las comidas compartidas ayudan a reducir los niveles de ansiedad y estrés, al generar espacios de conversación, contención y escucha. Estas interacciones liberan neurotransmisores como la serotonina y la oxitocina, responsables de sensaciones placenteras y de apego emocional.

Incluso desde una perspectiva nutricional y conductual, compartir la mesa tiene efectos positivos: se tiende a comer de manera más consciente, equilibrada y lenta, disfrutando del momento y del sabor. A su vez, se reducen comportamientos como el “comer emocional” o automático, más común cuando se está solo o distraído frente a una pantalla.

El anfitrión y/o el experto que guía la experiencia gastronómica, cumplen un rol clave en esta actividad, actuando como facilitadores de la experiencia social, mediante preguntas abiertas y explicaciones dinámicas, estimulando la participación y motivando a los asistentes a compartir sus percepciones, enriqueciendo así, el intercambio colectivo.

Continúa el desarrollo del evento, con el personal atendiendo a cada comensal, sirviendo la comida y la bebida de acuerdo a la planificación y estructura del menú.

Según Baumeister y Leary (1995), la necesidad de pertenencia es un impulso humano fundamental, y las interacciones sociales de calidad contribuyen al bienestar emocional y psicológico. Su estudio demuestra que el establecimiento de vínculos significativos mejora el estado de ánimo y reduce el estrés, aspectos clave que Tertulias Montevideanas busca potenciar mediante la estructura del evento que propone.

Estructura del evento

Experiencia gastronómica y social

El objetivo de este momento es disfrutar de la propuesta gastronómica en un ambiente de intercambio social, con acompañamiento guiado y momentos de diálogo.

Las personas involucradas en esta etapa son:

- Sommelier, chef o experto en gastronomía (si aplica).
- Personal de servicio (mozos, bartenders).
- Anfitrión/a del evento (facilitador de la dinámica).
- Comensales

Desarrollo:

- Introducción sobre la dinámica del evento.
- Presentación de expertos invitados (si aplica).
- Presentación e información acerca de los platos y bebidas.
- Momento de degustación de la cena e interacción entre los asistentes.
- Espacio de diálogo con el personal para preguntas y comentarios.

Estructura del evento

Cierre y despedida

El objetivo de esta etapa es el cierre del evento en un entorno distendido que permita repasar el encuentro vivido y consolidar las conexiones generadas.

Las personas involucradas son:

- Personal de servicio (ofreciendo el último paso del menú).
- Anfitrión/a del evento.
- Comensales

Desarrollo:

- Los asistentes siguen compartiendo de un momento más relajado.
- Se ofrece el último paso del menú como café, infusiones y/o postres.
- Se brinda la oportunidad de compartir comentarios acerca de la experiencia.
- Devolución por parte del anfitrión y agradecimientos.
- Despedida formal y entrega de un obsequio.

Usuarios

Diseño Centrado en el Usuario

El desarrollo de Tertulias Montevideanas se enmarca dentro del paradigma de Diseño Centrado en el Usuario (DCU), una metodología clave en la creación de servicios orientados a mejorar la experiencia de las personas. Este enfoque parte de la premisa de que el usuario es el eje central del proceso de diseño, y por lo tanto, cada decisión debe estar fundamentada en sus necesidades, expectativas y comportamientos. Surge en contraposición a los modelos tradicionales de diseño, donde la toma de decisiones estaba impulsada principalmente por restricciones técnicas o comerciales. Según Norman (2013), el DCU se basa en la premisa de que un diseño exitoso es aquel que parte de una comprensión profunda de las personas que lo utilizarán, incorporando sus experiencias y puntos de vista en cada etapa del proceso.

En el ámbito del diseño de servicios, el DCU permite estructurar experiencias fluidas, coherentes y significativas, asegurando que cada interacción aporte valor al usuario. Esta metodología se aplica en Tertulias Montevideanas para garantizar que el evento no solo funcione como una propuesta gastronómica, sino que realmente responda a las dinámicas sociales y emocionales de los participantes. En este sentido, el evento se configura como un espacio diseñado estratégicamente para facilitar la conversación, la conexión y la exploración sensorial, priorizando la comodidad y la participación de los asistentes.

El uso del DCU en este proyecto se justifica por la naturaleza experiencial del servicio, donde el éxito depende de cómo los usuarios vivencian cada etapa del evento. Para ello, se incorporaron herramientas fundamentales de esta metodología, como la investigación de usuarios, caracterización, Journey Map y Service Blueprint, permitiendo mapear detalladamente los puntos de contacto clave dentro de la experiencia. A través de estas herramientas, se identifican oportunidades de mejora y se ajustan aspectos como la dinámica de interacción y la estructura del evento para potenciar la satisfacción del usuario.

Además, el DCU se vincula estrechamente con los principios de accesibilidad y adaptabilidad, esenciales para que Tertulias Montevideanas pueda implementarse en diversos locales gastronómicos sin perder su esencia. Esto implica diseñar un formato flexible, que pueda ajustarse a distintos espacios y públicos sin comprometer la calidad de la experiencia. En este sentido, el DCU no solo mejora la experiencia del usuario final, sino que también fortalece la relación con los restaurantes anfitriones, facilitando su implementación y garantizando que el servicio se integre de manera orgánica dentro de sus dinámicas operativas.

En conclusión, la aplicación del DCU en Tertulias Montevideanas no solo permite diseñar una experiencia gastronómica estructurada, sino que transforma el evento en una herramienta social que potencia la interacción humana en un entorno cuidadosamente diseñado. Este enfoque garantiza que cada edición del evento sea una experiencia memorable, replicable y alineada con las expectativas tanto de los asistentes como de los restaurantes anfitriones.

Usuarios de primer, segundo y tercer orden

Usuarios de primer orden: Quienes experimentan el servicio de primera mano y para quienes está diseñado el evento.

- Asistentes al evento: Personas que participan en la experiencia gastronómica y social.

Usuarios de segundo orden: Quienes interactúan con el servicio para que la experiencia se lleve a cabo con éxito, aunque no sean los destinatarios principales.

- Restaurantes y bares anfitriones: Proveen el espacio, infraestructura y oferta gastronómica, y se benefician de la atracción de clientes.
- Sommeliers, chefs y/o expertos gastronómicos: Profesionales que guían la degustación y aportan valor educativo a la experiencia.
- Personal del restaurante (mozos, cocineros, encargados): Aseguran la correcta implementación del servicio dentro del local.
- Organizadores del evento: Diseñan la experiencia, coordinan la logística y garantizan la ejecución efectiva del servicio.

Usuarios de tercer orden: No participan directamente en el evento, pero su rol influye en su desarrollo y en su sostenibilidad a largo plazo.

- Proveedores de productos gastronómicos: Suministran los insumos que conforman la experiencia.
- Entidades turísticas y culturales: Pueden colaborar en la difusión del evento o en la vinculación con públicos específicos como turistas.
- Plataforma de reservas y comunicación: Páginas y redes sociales que facilitan la inscripción y promoción del evento.

Usuarios

Análisis de encuestas

Para evaluar la viabilidad y el atractivo de Tertulias Montevideanas, se realizaron encuestas a posibles usuarios con el objetivo de comprender sus expectativas, intereses y motivaciones en relación con experiencias gastronómicas y sociales. A través de estas encuestas, se exploraron aspectos clave como la frecuencia con la que asisten a eventos de este tipo, sus preferencias en cuanto a formatos y dinámicas, y los factores que consideran más importantes al elegir una actividad social. Este análisis permite identificar oportunidades de mejora en la propuesta del servicio y ajustar la experiencia a las necesidades reales del público objetivo.

Las encuestas realizadas durante la etapa de investigación permitieron identificar percepciones, actitudes y comportamientos en torno a la socialización en espacios gastronómicos, así como el grado de apertura a participar en experiencias no convencionales. Si bien los resultados no reflejan un alto porcentaje de personas dispuestas a involucrarse en propuestas de interacción social con desconocidos, sí revelaron la existencia de un grupo específico que manifiesta interés en este tipo de encuentros. Este hallazgo, lejos de invalidar la propuesta, refuerza la pertinencia del diseño orientado a un nicho particular: personas que buscan escapar de la hiperconectividad y valoran los vínculos humanos presenciales. Las encuestas aportaron así una validación cualitativa, al poner en evidencia que existe una sensibilidad compartida frente al aislamiento que puede generar la vida digital, y un deseo latente de reconectar de manera auténtica. Además, sirvieron como base para definir con mayor claridad el perfil del usuario potencial y orientar decisiones clave en la configuración del servicio.

Aquí, algunos de los resultados obtenidos sobre los principales factores que se relevaron en la encuesta propuesta:

39% de las personas encuestadas de entre 25 y 40 años manifestaron que socializar en locales gastronómicos era muy o algo importante, ya que buscaban conocer nuevas personas; 35% de los encuestadas respondieron que tendrían una experiencia social más satisfactoria en los locales gastronómicos si el diseño del espacio facilitara las conversaciones, si hubieran actividades o dinámicas que impulsaran la interacción, la posibilidad de participar en eventos especiales o mesas compartidas que promovieran charlas espontáneas; 25% de las personas encuestadas respondieron que se sentían incómodos/as iniciando conversaciones con desconocidos y/o que el espacio no fomentaba interacciones y el 23% de las personas encuestadas respondieron que participarían de cenas comunitarias temáticas y/o experiencias gastronómicas compartidas.

Análisis de entrevistas

Las entrevistas en profundidad realizadas a actores clave (entre ellos, profesionales del rubro gastronómico, una diseñadora y usuarios frecuentes de restaurantes) aportaron perspectivas complementarias y enriquecedoras para la construcción de la propuesta. Por un lado, los referentes del ámbito gastronómico permitieron comprender las dinámicas internas de los locales, las posibilidades reales de implementación de nuevos servicios, la experiencia del cliente y operativa diaria. Por otro lado, las voces provenientes del campo del diseño ofrecieron una mirada crítica sobre el rol del diseño en la configuración de experiencias, aportando herramientas conceptuales y estratégicas para repensar los espacios y las interacciones sociales.

Finalmente, los testimonios de comensales permitieron acceder a relatos subjetivos sobre el uso de la tecnología en contextos de ocio, las barreras percibidas para la socialización espontánea y el valor asignado al encuentro presencial. En conjunto, las entrevistas aportaron insumos cualitativos fundamentales para validar supuestos, afinar el enfoque del servicio y diseñar una propuesta coherente con las necesidades, deseos y posibilidades reales de implementación.

Usuarios

Público objetivo

El público objetivo de este servicio de socialización no necesariamente debe definirse solo por un rango etario, sino más bien por un perfil actitudinal y vinculado a un estilo de vida, los intereses y las motivaciones sociales de los individuos tienen mayor trascendencia a la hora de definir a estos usuarios. Asimismo, el deseo de conectar con otros, compartir experiencias auténticas y participar activamente en actividades sociales. El estilo de vida y la disposición de los usuarios a participar en este tipo de encuentros son mucho más determinantes que su edad.

De hecho, algunos estudios indican que las generaciones más jóvenes pueden estar más familiarizadas con las dinámicas sociales digitales, pero no necesariamente con la interacción en espacios físicos, lo que crea una oportunidad para diseñar experiencias que les permitan experimentar la presencialidad como algo valioso. Por otro lado, personas de mayor edad pueden tener una fuerte necesidad de socializar, estilos de vida activos y motivaciones sociales, pero pueden sentirse desplazadas por el exceso de medios digitales y la falta de presencialidad.

Por lo tanto, el público objetivo podría definirse por criterios más dinámicos, como:

- Intereses comunes: Personas interesadas en la gastronomía, la cultura, el intercambio de experiencias sociales o el fortalecimiento de redes personales.
- Motivaciones para socializar: Aquellos que buscan una conexión más profunda y auténtica que la que las plataformas digitales pueden ofrecer.
- Estilo de vida activo: Usuarios que valoran el encuentro físico, el tiempo compartido de calidad y están dispuestos a participar en actividades diseñadas para la interacción y el intercambio.
- Apertura a nuevas experiencias: Personas dispuestas a experimentar formas innovadoras de socialización que combinen el entretenimiento, el aprendizaje y la creación de vínculos en espacios físicos.

Usuarios

Características

El servicio está dirigido a adultos de Montevideo que buscan experiencias gastronómicas diferenciadas e innovadoras y espacios para socializar de manera significativa. Se trata de personas con un interés en la cultura gastronómica, con hábitos de consumo conscientes y una preferencia por actividades que combinan aprendizaje, disfrute y conexión social. También se incluyen turistas y expatriados que desean sumergirse en la cultura uruguaya y conectar con otras personas en un ambiente cuidado y estimulante.

Se trata de personas que valoran las experiencias significativas, el intercambio humano genuino y el encuentro cara a cara, especialmente en un contexto donde la hiperconectividad digital ha reconfigurado profundamente las formas de sociabilización. Este público demuestra una sensibilidad creciente hacia el exceso de estimulación digital y una disposición a explorar propuestas que fomenten la presencia plena y la conexión interpersonal.

Tiene un fuerte sentido de comunidad y una mentalidad abierta, valorando la diversidad y el aprendizaje compartido con sus pares. Disfruta del turismo tanto local como internacional, promoviendo la integración de diferentes culturas en su día a día.

Si bien los usuarios siguen siendo variados en su naturaleza, se focaliza la investigación a un nicho de mercado específico según estilos de vida, de manera de lograr un diseño que cumpla con las expectativas de estos usuarios.

A través de las encuestas y entrevistas se identificaron también deseos, frustraciones y oportunidades asociadas al acto de salir a comer, tales como la necesidad de romper la rutina, conocer gente nueva o simplemente disfrutar de una conversación sin interrupciones digitales. Este conocimiento profundo de las motivaciones y expectativas de los usuarios permitió diseñar un servicio alineado con sus valores, capaz de conectar emocionalmente con ellos y responder de forma significativa a sus necesidades latentes.

Usuarios

Perfil de usuario

Edad: 25 - 60 años (aproximadamente, sin límites exactos)

Género: Indistinto, con una mentalidad abierta y receptiva a nuevas experiencias.

Profesión: Profesionales jóvenes y adultos en áreas creativas, tecnológicas, educación, turismo, gastronomía y emprendimientos independientes.

Nivel de ingreso: Medio a medio-alto, entre \$40000 - \$50000 pesos uruguayos líquidos mensuales.

Residencia: Montevideo y alrededores.

Composición del hogar: Viven solos (en su mayoría), en pareja o con amigos.

Movilidad urbana: Mayormente transporte público, bicicleta o vehículo propio, con conciencia ecológica y preferencia por opciones sustentables.

Un día en la vida de...

Sofía, de 32 años, comienza su día temprano en su apartamento en el barrio Cordón, Montevideo. Después de una breve sesión de meditación y un café filtrado, revisa sus correos y planifica su jornada laboral como diseñadora freelance. Trabaja desde casa, alternando entre reuniones virtuales y sesiones creativas, mientras escucha música suave de fondo.

Al mediodía, se toma un descanso para cocinar en su propia cocina. Le gusta preparar comidas con ingredientes frescos y de estación, priorizando productos locales. Disfruta del proceso, experimentando con nuevas recetas y combinaciones de sabores. Luego, come tranquilamente mientras hojea un libro de gastronomía o ve algún documental sobre cultura y viajes.

Por la tarde, después de unas horas más de trabajo, se toma un tiempo para ejercitarse. A veces sale a correr por la rambla, disfrutando del aire fresco y la vista al mar, o asiste a una clase de yoga en un espacio al aire libre. Esta rutina le ayuda a despejar la mente y mantener el equilibrio en su día.

Al caer la noche, Sofía suele encontrarse con amigos en un bar o restaurante con buena música y un ambiente acogedor. Le encanta descubrir lugares con propuestas diferentes. Antes de dormir, dedica un momento a leer sobre tendencias en diseño, viajes o cultura gastronómica, siempre en búsqueda de inspiración para su próxima experiencia.

Usuarios

Perfil de usuario

CARACTERÍSTICAS PERSONALES

Es una persona curiosa, abierta y sociable, con un fuerte interés por la diversidad cultural y el aprendizaje colectivo. Valora las relaciones humanas, la conexión genuina y el sentido de comunidad. Es activo y proactivo, disfruta de espacios que fomenten el intercambio de ideas y experiencias. Su estilo de vida está alineado con la sustentabilidad y el consumo responsable, priorizando productos locales y éticos.

INTERESES Y PASATIEMPOS

Apasionado por el arte, la cultura y la gastronomía, asiste a exposiciones, festivales y eventos sociales. Disfruta de los viajes, el turismo y la exploración de nuevas culturas a través de su cocina. Se interesa por el bienestar físico y emocional, practicando yoga, meditación y actividades al aire libre. También valora la naturaleza, el consumo consciente y las experiencias auténticas que enriquecen su vida personal y social.

MOTIVACIONES

Este usuario busca constantemente nuevas experiencias que enriquezcan su vida social y cultural. Encuentra satisfacción en la exploración de distintos sabores, el intercambio de ideas y la posibilidad de generar nuevas conexiones. Está motivado por la idea de expandir su círculo social, compartir intereses y sumergirse en experiencias multisensoriales. Además, le interesa el consumo responsable y la procedencia de los productos que consume, por lo que disfruta de eventos que integren la sustentabilidad y el comercio local.

OBJETIVOS

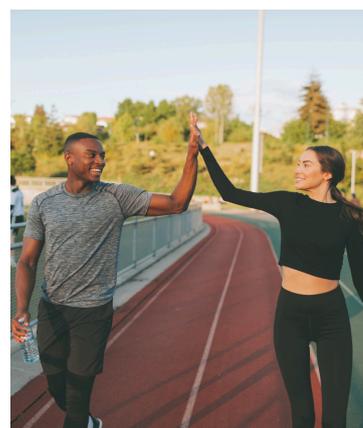
Busca, no solo disfrutar de una velada gastronómica única, sino también fortalecer sus vínculos sociales. Su objetivo principal es ampliar su círculo de conocidos en un ambiente distendido, donde pueda conectar con personas afines de manera orgánica. También desea descubrir nuevos sabores y combinaciones gastronómicas, comprendiendo los procesos detrás de cada producto. Para esta persona, este tipo de actividades presentan una oportunidad de desarrollo personal, social y cultural, donde el aprendizaje y el disfrute van de la mano.

HABILIDADES Y FORTALEZAS

Este usuario posee una gran capacidad de adaptación social, lo que le permite interactuar con facilidad en distintos entornos y con diversas personas. Es un buen conversador, con habilidades de escucha activa y empatía, lo que hace que su presencia en cualquier evento sea enriquecedora para quienes lo rodean. También tiene conocimientos básicos de vinos y gastronomía, lo que lo lleva a disfrutar más de la experiencia. Su interés por la cultura y la educación lo convierte en un aprendiz nato, abierto a nuevas ideas y dispuesto a compartir sus propias experiencias. Además, tiene un enfoque colaborativo y solidario, lo que lo motiva a participar en iniciativas comunitarias y a promover el comercio justo y local.

Usuarios

Actividades que realiza



Trabajo flexible

Actividad física y bienestar

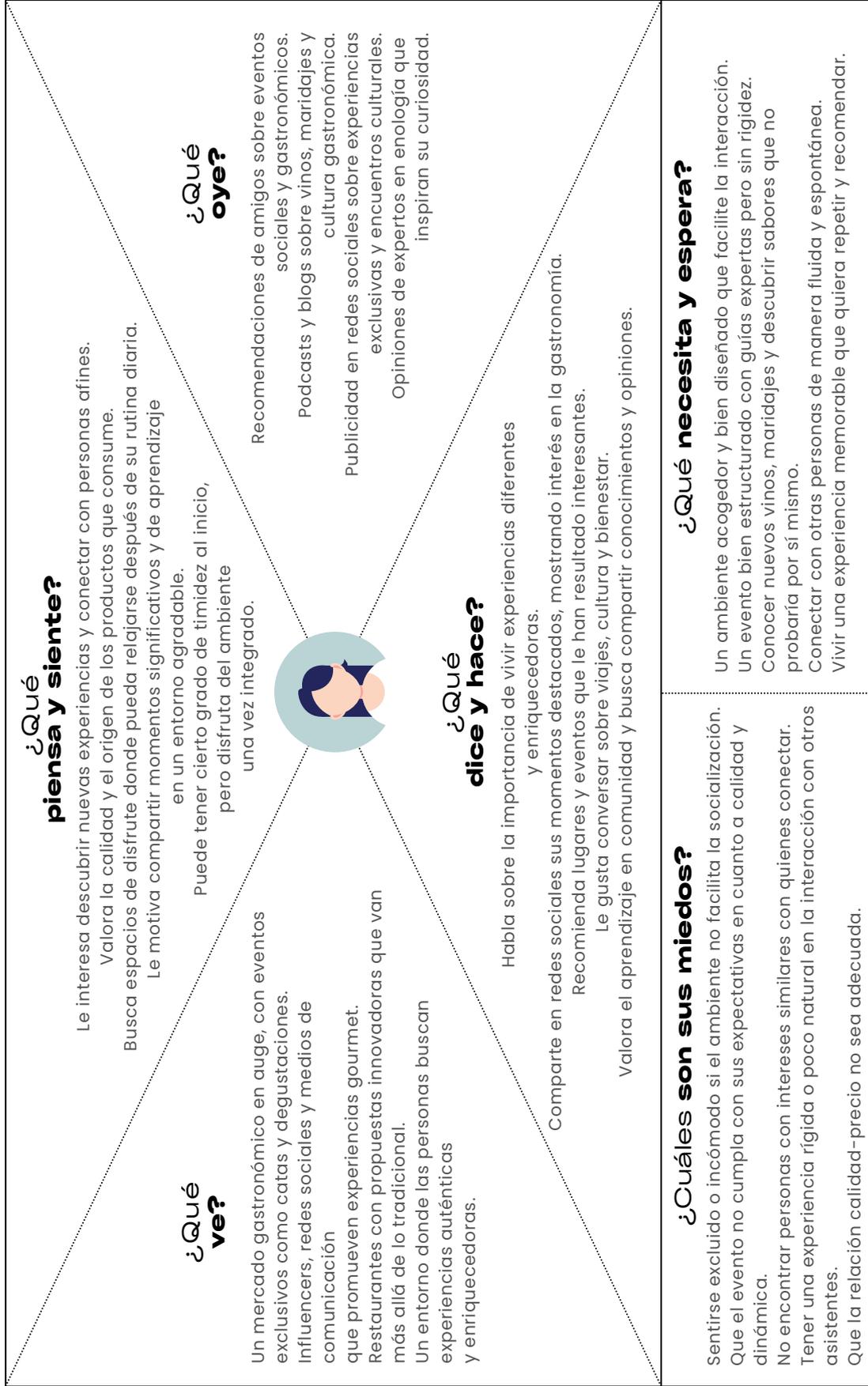
Eventos



Viajes y turismo

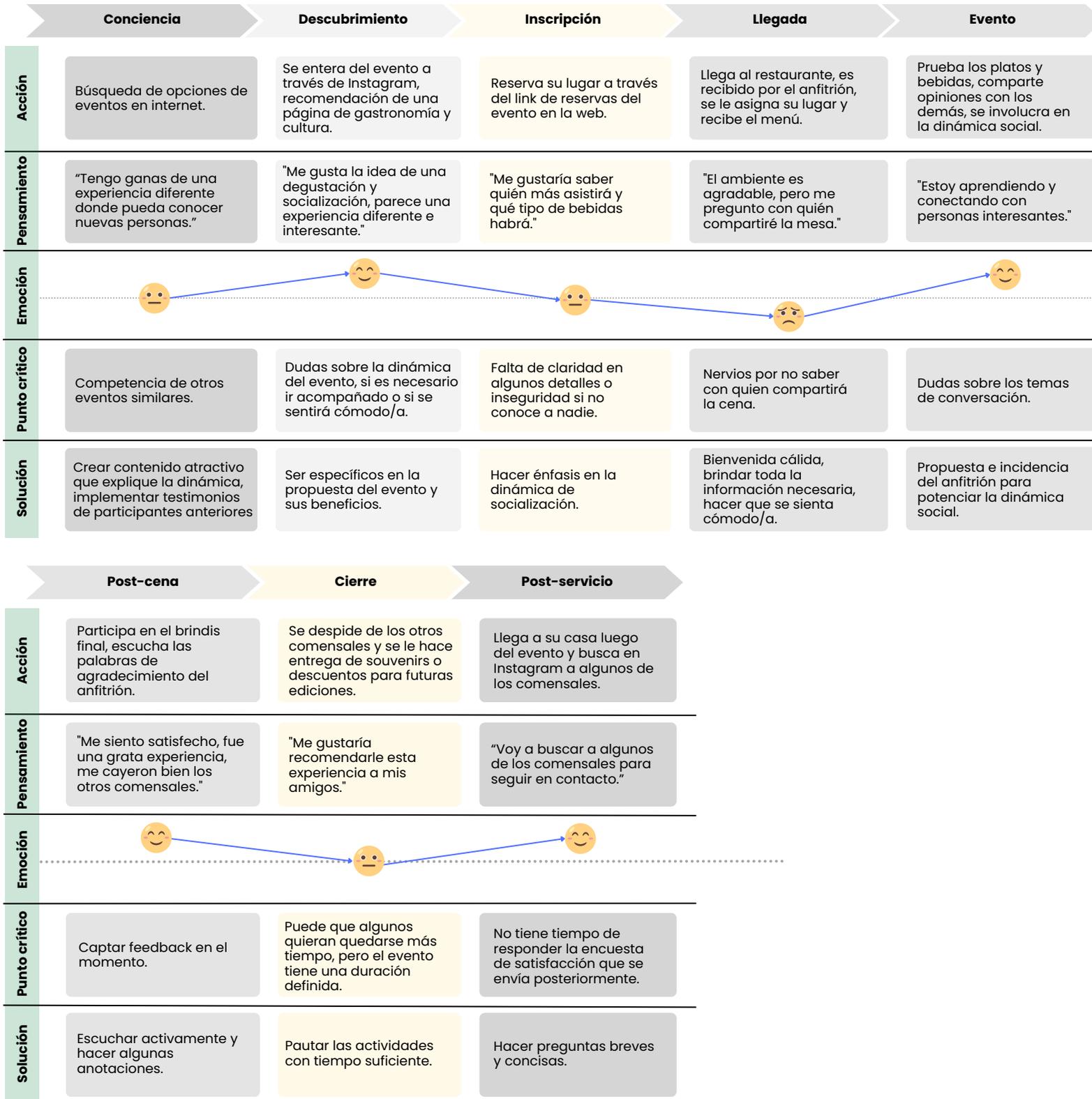
Usuarios

Mapa de empatía



Usuarios

Journey Map



Usuarios

Arquetipos de Jung

El público objetivo de este proyecto no responde a un rango etario, sino a un estilo de vida sensible, abierto y consciente. De los arquetipos de Jung, dos se destacan por su vínculo con la experiencia diseñada:

Arquetipo 1: El explorador

Deseo central: Vivir una experiencia auténtica, libre y significativa.

Miedo: Sentirse atrapado en rutinas vacías, experiencias superficiales o digitalizadas.

Objetivo: Descubrir nuevas formas de vincularse y ampliar su visión del mundo.

Mensaje clave: "Atrévete a salir de lo común. La conexión está en lo inesperado."

Relación con el servicio: Este perfil busca salir del guion social habitual: cenas con propósito, encuentros sin pantallas, conocer gente nueva sin filtros.

Arquetipo 2: El amante

Deseo central: Conexión emocional y autenticidad.

Miedo: La desconexión, la superficialidad de los vínculos mediados por tecnología.

Objetivo: Generar vínculos significativos, disfrutar con los sentidos, nutrirse del otro.

Mensaje clave: "Conectá desde lo real, con el otro, con vos."

Relación con el servicio: Valora espacios íntimos, cuidados y diseñados para el encuentro real.

La propuesta combina ambos arquetipos: invita al usuario a explorar nuevas formas de encuentro y a conectarse de manera profunda con otros seres humanos, en espacios diseñados con sensibilidad. La experiencia rompe con lo rutinario y tecnológico para abrir lugar a lo emocional y lo humano.

Producto (servicio)

El diseño de **Tertulias Montevideanas** se basa en una estructura flexible y adaptable, pensada para integrarse en diferentes locales gastronómicos sin perder su identidad.

Para ello, el servicio se compone de los siguientes elementos clave:

- **Experiencia central:** Un evento gastronómico y social que combina degustación con interacción entre los asistentes, fomentando el descubrimiento y la conversación en un ambiente con una experiencia sensorial narrativa diseñada.
- **Adaptabilidad del formato:** La propuesta se ajusta al espacio y al tipo de restaurante o bar anfitrión, permitiendo una implementación variada según la identidad del local.
- **Espacios definidos:** Cada evento está estructurado en dos zonas específicas (bienvenida y recepción y desarrollo de la experiencia gastronómica y social).
- **Recursos gráficos y comunicacionales:** Materiales como menús, señalización del evento, branding visual y elementos digitales (reservas online, difusión en redes sociales, encuestas post-evento).
- **Soporte operativo:** Un conjunto de requerimientos logísticos y de personal que garantizan la correcta ejecución del evento.



Imágenes generadas con IA

Producto (servicio)

Frontstage: La experiencia visible e interactiva para el usuario.

Espacios físicos:

- Zona de bienvenida y recepción: Diseñada para generar una primera impresión cálida e informada, con señalética clara, iluminación acogedora y elementos visuales de marca.
- Zona de experiencia gastronómica e interacción: El mobiliario se organiza para incentivar la conversación, con mesas compartidas donde los comensales puedan establecer contacto visual fácilmente. La iluminación se ajusta para crear un ambiente íntimo pero dinámico, favoreciendo la conexión entre usuarios.

Actividades y dinámica del evento:

- Recepción y bienvenida: Interacción inicial con el anfitrión, presentación del concepto y entrega de material informativo.
- Experiencia gastronómica: Desarrollo estructurado del evento con introducciones a cada degustación, interacción entre los participantes y momentos guiados de exploración sensorial.
- Cierre: Agradecimiento final por parte del anfitrión, posibilidad de intercambio de contactos entre los asistentes y feedback sobre la experiencia.

Personal en contacto directo:

- Anfitrión del evento: Responsable de guiar la experiencia, establecer una atmósfera cálida y estimular la interacción.
- Sommeliers, chefs o expertos invitados (si aplica): Presentan los productos degustados y aportan valor al evento con su conocimiento.
- Personal del restaurante: Se encarga del servicio de alimentos y bebidas, garantizando un flujo fluido de la experiencia.

Producto (servicio)

Backstage: Procesos internos y soporte del servicio.

Selección del local y planificación previa:

- Evaluación del espacio físico, capacidad y disposición del mobiliario.
- Coordinación con el restaurante para definir el menú y la logística del servicio.
- Diseño de la experiencia según el perfil del local y su oferta gastronómica.

Capacitación del personal:

- Entrenamiento del anfitrión para dinamizar la interacción social y gestionar tiempos del evento.
- Formación del personal de servicio sobre el flujo del evento y las expectativas de los asistentes.

Logística y tecnología de soporte:

- Gestión de reservas y confirmaciones: Implementación de sistemas digitales para garantizar una organización eficiente.
- Materiales gráficos y de ambientación: Diseño de señalética, menú de degustación, cupones de descuento y elementos visuales coherentes con la identidad del evento.
- Suministro de insumos y productos: Coordinación con proveedores y el local para garantizar la calidad y disponibilidad de bebidas, alimentos y utensilios.

Producto (servicio)

Actores y roles: Para la implementación de Tertulias Montevideanas, es fundamental contar con la colaboración de diferentes actores que desempeñan roles clave en la experiencia.

Organizador y anfitrión del evento (host de Tertulias Montevideanas):

- Responsable de la planificación y ejecución general del evento.
- Coordina con el restaurante anfitrión y otros colaboradores.
- Se encarga de la comunicación y la promoción del evento.
- Supervisa y guía la experiencia en tiempo real, asegurando que todo fluya correctamente.
- Administra la reserva de asistentes y la logística previa al evento.
- Gestiona encuestas post-evento para evaluar la experiencia.

Restaurante o bar anfitrión:

- Brinda el espacio y la infraestructura necesaria.
- Adapta el menú a la propuesta del evento.
- Proporciona personal de apoyo (mozos, chefs, sommeliers, etc.).

Sommeliers y/o expertos gastronómicos (si aplica):

- Lideran la experiencia y guían la degustación.
- Aportan conocimiento técnico y enriquecen la propuesta.

Asistentes y participantes:

- Son los protagonistas de la experiencia, interactuando y descubriendo nuevos sabores.
- Participan en dinámicas diseñadas para fomentar la socialización y el aprendizaje sensorial en conjunto.

Producto (servicio)

Funciones y responsabilidades: Para garantizar la correcta ejecución del servicio, cada actor asume funciones específicas que contribuyen al éxito de la experiencia.

Organizador y anfitrión del evento:

- Definir la estructura y el flujo del evento.
- Coordinar con los locales gastronómicos para adaptar la experiencia.
- Gestionar la comunicación y la difusión en redes sociales y otros medios.
- Supervisar la implementación y resolver imprevistos durante el evento.
- Analizar el feedback post-evento y realizar mejoras continuas.
- Gestionar reservas y asegurar una experiencia fluida para los asistentes.

Local gastronómico anfitrión:

- Brindar el espacio y garantizar la infraestructura necesaria.
- Diseñar un menú alineado con la identidad del evento.
- Asegurar la disponibilidad de insumos y personal durante la ejecución.
- Montar y ambientar el espacio acorde a la identidad del evento.
- Garantizar la correcta distribución de materiales.

Sommeliers y expertos gastronómicos:

- Preparar una selección de vinos y maridajes acorde al evento.
- Guiar la experiencia sensorial y generar un ambiente educativo y dinámico.

Asistentes y participantes:

- Respetar la dinámica del evento y participar activamente.
- Contribuir a la interacción social y el disfrute de la experiencia.
- Compartir su percepción y feedback posterior al evento.

Producto (servicio)

Información y comunicación: El éxito de Tertulias Montevideanas depende de una estrategia de comunicación clara y efectiva, tanto con los asistentes como con los restaurantes anfitriones.

Previo al evento:

- Difusión a través de redes sociales y alianzas estratégicas con los locales gastronómicos.
- Información detallada sobre la propuesta del evento y la dinámica.
- Confirmación de asistencia y recordatorios automáticos vía correo electrónico o WhatsApp.

Durante el evento:

- Presentación verbal del anfitrión explicando la dinámica del evento.
- Material impreso con detalles sobre la experiencia.
- Señalización clara dentro del espacio para orientar a los participantes.
- Obsequios y/o cupones de descuento para próximas ediciones.

Después del evento:

- Encuesta de satisfacción y recolección de feedback.
- Comunicación post-evento con agradecimientos y próximos eventos.

Producto (servicio)

Interrelaciones: Este servicio implica la interacción de múltiples actores, cuya colaboración es clave para garantizar la calidad de la experiencia:

- Entre el organizador y el establecimiento: Coordinación previa para definir logística, menú, ambientación y comunicación.
- Entre el organizador y los asistentes: Los recibe y guía a la experiencia, se asegura que la dinámica sea fluida y positiva para los asistentes.
- Entre los asistentes y el personal del evento: Interacciones que fomentan la conversación y el disfrute de la experiencia.
- Entre los propios asistentes: Creación de un entorno propicio para la socialización.
- Entre el local gastronómico y los proveedores: Asegurarse de tener todo lo necesario para desarrollar la experiencia gastronómica con éxito.

Interacción entre actores:

El restaurante ofrece el espacio y se encarga del servicio gastronómico.

El anfitrión dinamiza la experiencia y facilita la interacción entre los asistentes.

Sommeliers o chefs aportan conocimiento y protagonizan momentos clave de la experiencia.

Los asistentes participan activamente en la degustación e interacción social.

Conexión entre espacios:

La disposición física guía la experiencia de los usuarios, desde la recepción hasta el cierre.

La ambientación y el mobiliario están diseñados para favorecer la comunicación y el disfrute sensorial.

Uso de tecnología:

Reservas y gestión de asistentes a través de plataformas digitales.

Herramientas de comunicación (redes sociales) para atraer y fidelizar público.

Encuestas digitales para evaluar la experiencia y optimizar futuras ediciones.

Producto (servicio)

Acciones, técnicas y procedimientos: Para garantizar una experiencia coherente y memorable, el servicio sigue un conjunto de procedimientos bien definidos.

Planificación y coordinación:

- Elección del local y adaptación del formato.
- Definición del menú y selección de bebidas.
- Estrategia de comunicación y convocatoria de asistentes.

Ejecución del evento:

- Bienvenida y recepción de los asistentes.
- Desarrollo de la experiencia gastronómica y social.
- Cierre y despedida con comentarios de los asistentes.

Evaluación y mejora continua:

- Análisis de encuestas digitales post-evento.
- Identificación de oportunidades de mejora.
- Ajustes en la planificación para futuras ediciones.

Soportes y elementos: Estos recursos garantizan que la experiencia se desarrolle sin contratiempos.

- Material gráfico: Branding, cartelera, menús, señalización.
- Plataformas digitales: Reservas online, redes sociales, comunicación con asistentes.
- Infraestructura del local: Mesas, sillas, cristalería, iluminación adecuada.
- Elementos sensoriales: Música ambiental y elementos decorativos.

Producto (servicio)

Estructura del servicio: Tertulias Montevideanas se compone de tres momentos clave:

- **Recepción y bienvenida:** Se presentan los asistentes y se les introduce a la dinámica.
- **Experiencia central:** Desarrollo de la cena, promoviendo la interacción social y el aprendizaje sensorial.
- **Cierre y despedida:** Reflexión sobre la experiencia, agradecimiento y estímulo para futuras participaciones.

Entorno, espacio y contexto: El evento se adapta a distintos locales gastronómicos de Montevideo, por lo que se integra armoniosamente en cada espacio.

- **Ambiente:** Cálido, acogedor y propicio para la conversación.
- **Iluminación:** Cálida para generar un clima íntimo sin afectar la experiencia sensorial.
- **Disposición del espacio:** Mesas comunales que fomenten la interacción.
- **Capacidad:** Entre 20 y 25 personas para mantener la exclusividad y cercanía.

Marco normativo y regulador: Para la implementación del servicio, se deben contemplar regulaciones locales y normativas aplicables.

- **Licencias y permisos:** Verificar si el restaurante anfitrión cumple con habilitaciones correspondientes.
- **Normas de seguridad e higiene:** Asegurar condiciones adecuadas de manipulación de alimentos y servicio de bebidas alcohólicas.
- **Regulación del consumo de alcohol:** Cumplir con las normativas sobre venta y consumo de bebidas alcohólicas.
- **Protección de datos:** Garantizar la privacidad de los asistentes en la recolección de datos personales para reservas y encuestas.

Producto (servicio)

Mapeo de sistema

Entre **organizador** y **asistentes**: contacto previo al evento, en caso de responder dudas sobre la actividad que tengan los posibles usuarios, contacto directo durante el evento y contacto posterior para el envío de encuestas de feedback.

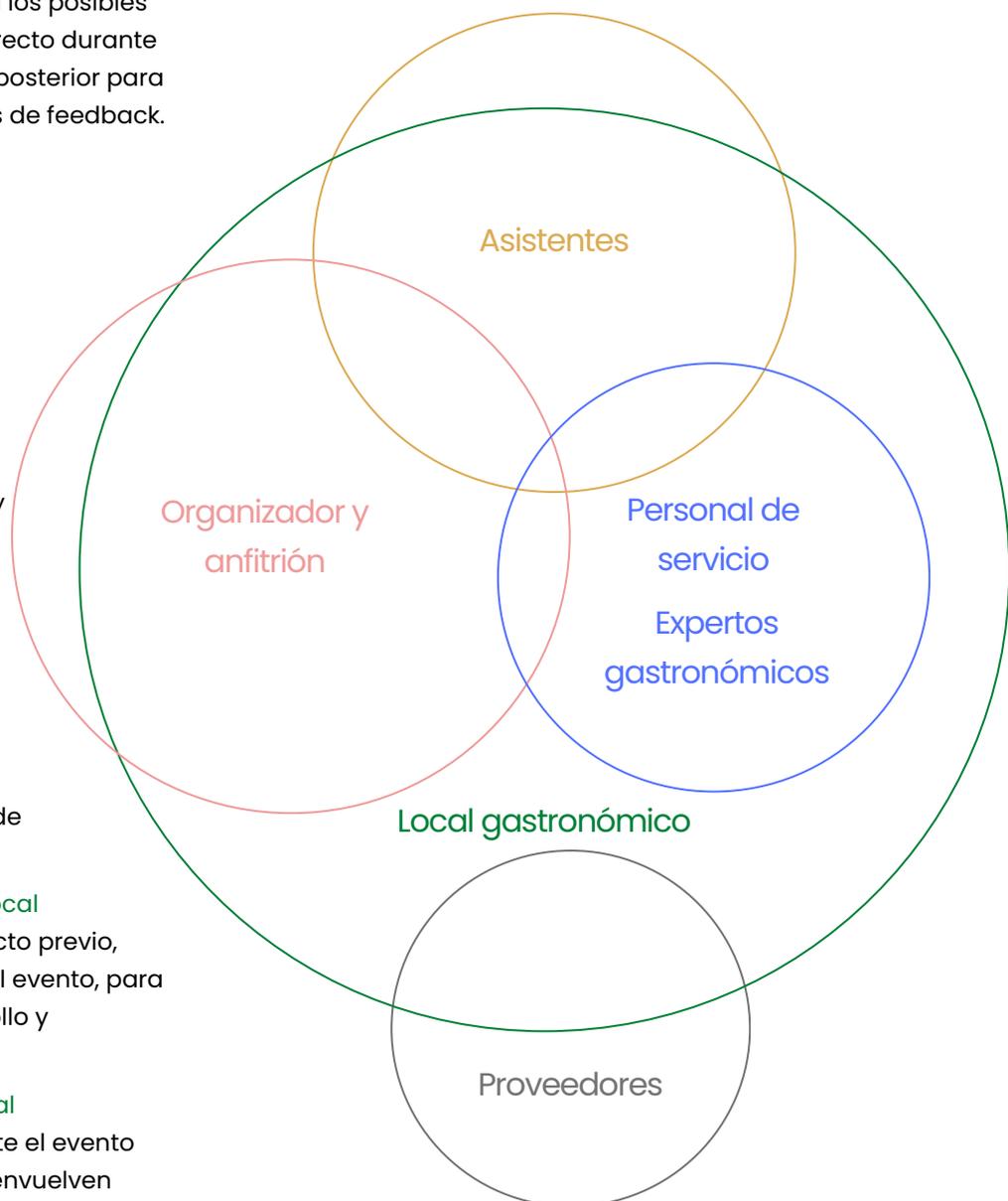
Entre **organizador** y **personal**: previo al evento, planificación y organización, para que todo suceda según objetivos. Y durante el evento para asegurar que todo funcione de manera coordinada y eficiente.

Entre **personal** y **asistentes**: durante el evento, servicio y acompañamiento, comunicación y resolución de necesidades/dudas de los usuarios.

Entre **organizador** y **local gastronómico**: contacto previo, durante y posterior al evento, para planificación, desarrollo y feedback.

Entre **asistentes** y **local gastronómico**: durante el evento los asistentes se desenvuelven dentro del entorno del local gastronómico.

Entre **local gastronómico** y **proveedores**: Contacto directo antes del evento para asegurar todo lo necesario para la degustación, tanto de comida como de bebida.



Producto (servicio)

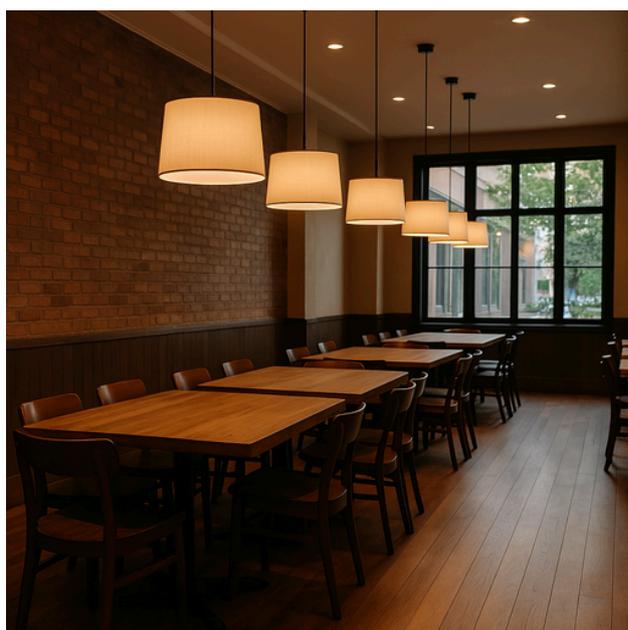
Service Blueprint

ANTES DEL EVENTO			DURANTE EL EVENTO		
Evidencia		Publicidad en Instagram	Correo electrónico con confirmación	Bienvenida, información y menú impreso	Mesas comunales organizadas, ambientación cálida
Acciones del cliente	Conciencia	Descubrimiento	Inscripción	Llegada	Evento
LINEA DE INTERACCIÓN					
Acciones en primer plano	Persona			El anfitrión recibe a los asistentes, los guía a su mesa y explica la dinámica del evento	Inicio y desarrollo de la experiencia gastronómica y social
	Tecnología		Instagram	Sistema de reservas en la página web	
LINEA DE VISIBILIDAD					
Acciones en segundo plano	Coordinación y acuerdo con el local gastronómico	Planificación previa, disposición, menú, etc.	Gestión de reservas	Impresión del menú, organización y discurso a los asistentes	Preparación del menú y servicio a las mesas
LINEA DE INTERACCIÓN INTERNA					
Sistemas de soporte		Redes sociales	Sistema de reservas en la página web		
			DESPUÉS DEL EVENTO		
Evidencia	Palabras de agradecimiento del anfitrión	Cupón de descuento para próximas ediciones	Correo con encuesta a los participantes		
Acciones del cliente	Post-cena	Cierre	Post-servicio		
LINEA DE INTERACCIÓN					
Acciones en primer plano	El anfitrión mantiene una charla acerca de la experiencia con los comensales	Mensaje de despedida del anfitrión y comunicación de futuras ediciones			
			Encuestas		
LINEA DE VISIBILIDAD					
Acciones en segundo plano	Tomar nota de los comentarios de los asistentes	Impresión de cupones de descuento para futuras ediciones	Difusión de encuestas a los asistentes		
LINEA DE INTERACCIÓN INTERNA					
Sistemas de soporte	Notas de voz, lápiz y papel	Diseño gráfico en Illustrator	Plataforma de encuestas		

Contexto

El servicio de **Tertulias Montevideanas** se inserta en el ecosistema gastronómico de Montevideo, una ciudad con una identidad culinaria rica y en constante evolución. Los restaurantes, bares y espacios gastronómicos cumplen un rol fundamental en la vida social y cultural de la ciudad, funcionando no solo como puntos de consumo, sino como lugares de encuentro, intercambio y experiencias.

El servicio se llevará a cabo en restaurantes o bares de Montevideo, con una distribución flexible para adaptar la experiencia y un ambiente cálido que propicie la interacción entre los asistentes. El diseño del espacio estará pensado para guiar a los participantes a través de una experiencia narrativa fluida y envolvente, facilitando momentos de conexión en cada etapa del evento.



Imágenes generadas con IA

Contexto

Tipos de establecimientos gastronómicos:

Montevideo cuenta con una oferta gastronómica diversa que combina tradición y modernidad. Dentro de este panorama, es posible identificar diferentes tipos de establecimientos que podrían albergar Tertulias Montevideanas:

- Restaurantes de cocina de autor: Espacios que buscan diferenciarse a través de propuestas gastronómicas innovadoras, con chefs y cocineros que experimentan con ingredientes y técnicas.
- Bares de vinos y enotecas: Lugares especializados en la cultura del vino, donde se promueve la degustación y el maridaje.
- Cervecerías artesanales: Espacios con una identidad más descontracturada, donde el consumo de bebidas es más artesanal y variado, cervezas de tirada, por ejemplo.
- Cafés y bistrós con propuesta gastronómica nocturna: Opciones más íntimas que combinan comida, música y diseño de ambiente.

Estos establecimientos comparten ciertas características clave:

- Diversidad de formatos: Desde espacios sofisticados hasta bares relajados, cada local tiene su propia identidad y público.
- Fomento de la cultura del vino y la gastronomía: En los últimos años ha habido un auge en la valorización de la producción local, con una creciente oferta de vinos uruguayos y gastronomía de proximidad.
- Convergencia de experiencias: No solo ofrecen comida y bebida, sino también eventos culturales, ciclos de degustación y actividades en torno al disfrute en compañía.
- Dinamismo y adaptabilidad: Los locales buscan constantemente renovar su propuesta para atraer nuevos clientes, lo que facilita la integración de eventos como Tertulias Montevideanas en su programación.

Contexto

Ubicación



El servicio se ofrecerá en locales gastronómicos de la ciudad, principalmente, del área metropolitana, dado que es una zona gastronómica destacada y desarrollada dentro de Montevideo (por ejemplo: Ciudad Vieja, Punta Carretas, Pocitos, Carrasco, Cordón, etc.).

Contexto

Dinámicas sociales

Los hábitos de consumo gastronómico en Uruguay revelan una fuerte impronta social y cultural en torno a la comida. Más allá de su valor nutricional, las salidas a bares y restaurantes son vividas como rituales de encuentro, espacios donde se prioriza la conversación, la sobremesa y la construcción de vínculos. Esta tradición de compartir en torno a la mesa, junto con horarios de comida extendidos y flexibles, crea un escenario ideal para propuestas como Tertulias, que invitan a prolongar el disfrute a través de experiencias sensoriales y sociales.

En los últimos años, se ha observado un creciente interés por descubrir nuevos sabores, asistir a eventos gastronómicos temáticos y explorar diversas actividades, especialmente en un contexto donde los productos locales están ganando protagonismo.

Aunque el consumidor uruguayo es moderado en sus gastos, valora las experiencias bien diseñadas y el buen servicio, mostrando fidelidad a aquellas propuestas que logran destacarse por su calidez, calidad y autenticidad. Además, la toma de decisiones suele estar influida por la consulta previa en redes sociales y plataformas digitales, donde los comentarios de otros comensales, la estética y el componente compartible de las experiencias juegan un papel clave. En este contexto, Tertulias Montevideanas se posiciona como una alternativa innovadora que responde a los hábitos del consumidor actual, ofreciendo encuentros que combinan gastronomía, emoción y conexión humana.

Contexto

Dinámicas sociales

Acciones y vínculos en los espacios gastronómicos:

Los locales gastronómicos no son solo espacios físicos donde se desarrolla la actividad del evento, sino que también actúan como facilitadores de la experiencia y tienen un rol activo en la interacción con el público. Las principales acciones y vínculos que se generan en estos espacios incluyen:

Relación con los clientes:

- Creación de experiencias más allá del servicio de comidas, incorporando eventos como degustaciones, música en vivo, etc.
- Fomento de la fidelización a través de experiencias diferenciadas que aportan valor agregado al consumidor.
- Posicionamiento como punto de referencia para el encuentro.

Relación con proveedores y productores:

- Los restaurantes y bares suelen establecer lazos con productores locales para ofrecer productos frescos y de calidad.
- En el caso de Tertulias Montevideanas, este vínculo permite generar eventos en colaboración con sommeliers, enólogos y chefs.

Relación entre locales gastronómicos:

- Existe un ecosistema colaborativo en el que muchos locales buscan diferenciarse pero también generar sinergias a través de propuestas conjuntas (ej. circuitos gastronómicos, festivales, noches temáticas).
- La itinerancia del servicio permite que Tertulias Montevideanas se integre en distintas dinámicas y formatos de cada establecimiento.

Contexto

Dinámicas sociales

Contexto social y cultural del evento:

Montevideo tiene una fuerte cultura de encuentro en espacios gastronómicos. Desde las clásicas parrilladas hasta los cafés y restaurantes de autor, la gastronomía forma parte del estilo de vida montevideano.

Algunos factores que influyen positivamente en la realización del evento son:

- Cultura del disfrute pausado: A diferencia de otras ciudades, en Montevideo existe una fuerte costumbre de compartir largas charlas en torno a la mesa, lo que favorece la esencia del evento.
- Interés creciente por experiencias gastronómicas diferenciadas: La expansión de la oferta de vinos uruguayos y la gastronomía local han generado mayor interés en degustaciones y eventos temáticos.
- Turismo y expatriados: Montevideo recibe un número creciente de turistas y residentes extranjeros interesados en conocer la cultura local a través de la gastronomía.
- Tendencia hacia experiencias más personalizadas: Los consumidores buscan propuestas más exclusivas y cercanas, donde la interacción y la experiencia sean tan importantes como el producto en sí.

Contexto

Propuesta de valor

Propuesta de valor para los locales gastronómicos

Tertulias Montevideanas transforma los espacios gastronómicos en escenarios de experiencias memorables, donde la sinergia entre el ambiente, las dinámicas y las emociones convierte cada evento en un catalizador de interacciones sociales a través del disfrute sensorial, fidelizando clientes existentes y atrayendo nuevos.

Innovación y diferenciación

Tertulias Montevideanas se diferencia por transformar los espacios gastronómicos en entornos diseñados para la interacción social activa, fusionando la experiencia sensorial con la conexión humana. A diferencia de eventos de degustación tradicionales, este servicio adapta cada encuentro a la identidad del restaurante anfitrión, integrando su oferta gastronómica y potenciando su valor diferencial. Su diseño centrado en el usuario prioriza la disposición del espacio, el ritmo de la experiencia y la participación guiada sin rigidez, fomentando conversaciones y vínculos entre los asistentes.

Este servicio capta a un público en busca de experiencias significativas y fomenta la recurrencia de visitas. Es una experiencia destacada que será comentada con amigos, familiares y conocidos de los asistentes. Además, la flexibilidad del formato permite su implementación en distintos locales de Montevideo, asegurando una experiencia única en cada edición. La combinación de gastronomía, socialización y ambientación cuidadosamente diseñada genera un equilibrio entre lo sensorial y lo social, convirtiendo cada cena en una oportunidad de descubrimiento y conexión. A esto se le suma la incorporación de herramientas digitales para la gestión de reservas y fidelización, optimizando la organización y permitiendo la expansión del concepto. Así, Tertulias Montevideanas no es solo una experiencia gastronómica, sino una nueva forma de entender el encuentro en torno a la mesa, donde la comida y la bebida se convierten en catalizadores de interacciones significativas.

Contexto

Condiciones de los locales gastronómicos

Para asegurar el desarrollo exitoso del evento y garantizar una experiencia enriquecedora para los asistentes, los locales gastronómicos deben cumplir con una serie de requisitos en términos de espacio, infraestructura, personal y colaboración operativa. Estas condiciones buscan establecer un marco de trabajo claro entre Tertulias Montevideanas y los restaurantes o bares anfitriones, permitiendo adaptar la experiencia sin perder su esencia., esto también asegura que la experiencia fluya correctamente y que tanto los asistentes como el equipo organizador puedan disfrutar de un ambiente óptimo.

Condiciones espaciales y de infraestructura:

El espacio físico del local juega un papel fundamental en la experiencia del evento, ya que debe permitir una disposición cómoda para los asistentes, una atmósfera adecuada y condiciones óptimas para la interacción.

- Se requiere un área con capacidad para 20-25 personas en una configuración comunitaria que favorezca la interacción entre los asistentes.
- En caso de que el local cuente con zonas privadas o semi-privadas, se priorizará su uso para lograr una mayor inmersión en la experiencia.
- Si se trata de un espacio abierto, se debe garantizar una delimitación visual o sonora que permita cierta intimidad para el desarrollo del evento.
- Las sillas y mesas deben ser cómodas y adecuadas para una experiencia de 2.5 a 3 horas, evitando mobiliario excesivamente rígido o incómodo.
- La iluminación debe ser cálida, favoreciendo una atmósfera relajada pero permitiendo la visibilidad adecuada para la experiencia gastronómica.
- Se recomienda que el espacio, idealmente, no tenga una contaminación sonora excesiva. Se debería evitar la presencia de música alta o ruidos que dificulten la conversación entre los asistentes.
- Si el local tiene una decoración muy específica o llamativa, se evaluará la posibilidad de ajustes sutiles para integrar la identidad del evento sin alterar la esencia del lugar.

Contexto

Condiciones de los locales gastronómicos

Condiciones de servicio y personal:

El personal del local gastronómico cumple un rol clave en la ejecución del evento, garantizando que la experiencia fluya de manera organizada y armoniosa.

Atención y disponibilidad del personal:

- Se requiere un equipo de mozos/as que atiendan a los asistentes de manera coordinada, asegurando que los tiempos de servicio sean adecuados.
- El personal debe estar informado sobre la dinámica del evento y preparado para responder dudas sobre los productos servidos.
- Se recomienda que el restaurante asigne un referente del local para coordinar junto al equipo de Tertulias Montevideanas la logística del evento.
- Se debe garantizar que el personal pueda adaptarse a los tiempos del evento sin afectar el flujo del servicio en el resto del local (en caso de que el establecimiento tenga capacidad para más de 25 personas y se continúe con el servicio con normalidad).

Contexto

Condiciones de los locales gastronómicos

Condiciones gastronómicas y de bebidas:

El menú y las bebidas ofrecidas en el evento deben estar alineados con la experiencia gastronómica y sensorial propuesta.

Menú adaptable al concepto del evento:

- Se busca que el local diseñe una propuesta gastronómica específica para Tertulias Montevideanas, integrando su identidad culinaria con la experiencia del evento.
- El menú debe incluir opciones de maridaje con vinos u otras bebidas, ajustándose a la disponibilidad del local y las preferencias del público.
- La selección de platos puede abarcar desde un menú degustación hasta un servicio de tapeo o picada, dependiendo del formato del evento.
- Es clave que algunos de los platos que se sirvan se puedan compartir entre las personas de la mesa, para fomentar la sensación de comunidad.

Contexto

Condiciones de los locales gastronómicos

Condiciones de comunicación y colaboración:

Para que el evento tenga una convocatoria exitosa y una correcta implementación, es fundamental la colaboración en la comunicación y difusión.

Promoción conjunta del evento:

- Se busca que el local participe en la difusión del evento a través de sus redes sociales y comunicación interna.
- La colaboración en la promoción refuerza la visibilidad del evento y ayuda a captar público tanto del restaurante como de la comunidad de Tertulias Montevideanas.

Alianzas estratégicas:

- Se fomenta la creación de sinergias con sommeliers, chefs y productores locales, promoviendo experiencias auténticas y enriquecedoras.
- La vinculación con actores del sector gastronómico contribuye a fortalecer la identidad del evento y a generar nuevas oportunidades de colaboración.

Validación y evaluación

Con el fin de obtener una aproximación empírica al funcionamiento de Tertulias Montevideanas y evaluar su recepción por parte de los usuarios, se realizó una instancia de prueba en un local gastronómico de Montevideo: Bar Finisterre. Esta dinámica, aunque no replicó en su totalidad el formato final proyectado (debido a ciertas limitaciones logísticas, de tiempos y condiciones del establecimiento), permitió experimentar una versión simplificada del servicio y obtener observaciones valiosas de primera mano, como comportamientos, niveles de participación y percepciones del servicio que se acercan al modelo proyectado.

Objetivo principal: Validar la propuesta de experiencia social en un entorno físico real, donde se fomente la interacción espontánea entre desconocidos, sin depender de la tecnología como mediadora.

Descripción de la evaluación in situ:

- La actividad tuvo lugar en un entorno real, con la participación de personas que no se conocían entre sí previamente.
- Fecha, lugar y duración: Se desarrolló el jueves 10 de abril 20:30 hs. en el Bar Finisterre y tuvo una duración de casi 3 horas.
- Cantidad de participantes: Se organizó una mesa de 5 participantes.
- Actividades o dinámicas realizadas: Se recibió a los participantes y se les acompañó a su lugar en la mesa. En este caso, no hubo un lugar 100% destinado a la recepción para no perjudicar el funcionamiento natural del espacio, que estaba a tope de capacidad.
- Rol del local: en el local se destinó especialmente un sector para desarrollar este encuentro.

Durante la experiencia, se aplicaron estrategias de observación y registro informal, priorizando el comportamiento no verbal, los niveles de participación, las reacciones emocionales y los tiempos de permanencia en el encuentro. A su vez, se generaron instancias de diálogo con los participantes y el personal del local, lo que permitió recoger impresiones sobre la dinámica, los aspectos positivos y las posibles mejoras.

Dinámicas observadas

Durante el desarrollo de la actividad, se identificaron las siguientes dinámicas sociales:

- **Interacción espontánea entre desconocidos:** Al iniciar la actividad, hubo cierto nivel de incomodidad, propio de cualquier espacio que rompa con lo habitual. Sin embargo, tras algunos minutos y con estímulos adecuados (dinámicas de presentación, lenguaje corporal abierto), se generó un clima de confianza y apertura.
- **Conversaciones profundas y naturales:** Una vez roto el hielo, las conversaciones fluyeron sin necesidad de un guion estricto. Las personas mostraron interés genuino por conocer al otro, compartieron anécdotas y opiniones, lo que indica una buena recepción a los espacios informales de encuentro y las charlas espontáneas con desconocidos.
- **Reducción del uso de dispositivos móviles:** A pesar de no haber una consigna explícita que lo prohibiera, los asistentes utilizaron muy poco sus teléfonos móviles. Esto indica que, cuando el espacio es propicio, no se necesita imponer la desconexión: el entorno y la intención de la experiencia invitan naturalmente a estar presente.

Los resultados recabados a través de observación directa y devolución de los asistentes indican un alto grado de satisfacción, destacando aspectos como:

- El interés por conocer personas nuevas en un entorno relajado.
- La comodidad del espacio compartido y la disposición a conversar.
- La originalidad del formato, que fue bien recibido como una propuesta diferente dentro del rubro gastronómico.

Entre los aspectos a mejorar se identificaron:

- La necesidad de un bajo nivel de sonido ambiente, para fomentar una interacción fluida entre los participantes.
- Una planificación previa clara y estructurada.
- Un menú pensado para compartir.

Reflexión desde el diseño

La experiencia fue una manifestación tangible de que el diseño de servicios tiene el poder de moldear conductas, provocar encuentros y redefinir vínculos humanos. No fue la tecnología la que guió la interacción, sino el diseño del entorno, la disposición del mobiliario, el tono de la comunicación, y la intención clara de generar conexión humana.

Esto se alinea con las ideas de Norman (1988) cuando plantea que los buenos diseños no solo resuelven funciones, sino que crean experiencias significativas que impactan emocionalmente.

También se enlaza con las críticas de Sherry Turkle, quien sostiene que necesitamos "recuperar la conversación" y crear espacios donde las personas se escuchen y se miren.

¿La tecnología define nuestro comportamiento? ¿O al revés?

Este evento aporta una perspectiva interesante al debate contemporáneo: La tecnología no nos determina por completo, pero condiciona profundamente los entornos en los que socializamos.

En contextos altamente tecnologizados, los comportamientos están mediados por algoritmos, imágenes curadas, tiempos de atención breves y recompensas inmediatas (likes, notificaciones). En cambio, la prueba piloto mostró que, cuando se retira ese marco digital, el comportamiento humano se reorganiza hacia lo sensible, lo presencial, lo relacional.

Aquí se reafirma que:

No se trata de eliminar la tecnología, sino de diseñar entornos donde las personas puedan reconectarse con dimensiones humanas que han sido desplazadas o atenuadas por el uso constante de dispositivos digitales.

En conclusión, la prueba piloto permitió confirmar la viabilidad y el potencial del servicio, al tiempo que ofreció información clave para su mejora continua. Estos aprendizajes serán fundamentales para fortalecer la introducción de Tertulias Montevideanas en el ámbito gastronómico montevideano y para afinar el diseño de la experiencia desde una perspectiva centrada en el usuario.

Impacto esperado

El diseño del servicio no solo fomenta la interacción entre los comensales, sino que también redefine la percepción del restaurante como un espacio para la creación de comunidad, contribuyendo a fortalecer los vínculos sociales presenciales en la era digital.

Se cumplió con la expectativa prevista.



Consideraciones finales

Desde el inicio de esta investigación, la pregunta central ha sido cómo los espacios físicos pueden ser rediseñados mediante estrategias de diseño para fomentar conexiones humanas auténticas en un contexto donde la digitalización ha transformado radicalmente las interacciones sociales.

Tertulias Montevideanas no solo considera el espacio físico de los locales gastronómicos como un simple contenedor de la experiencia, sino que lo entiende como un catalizador de interacciones. Los espacios gastronómicos, por su carga simbólica y emocional, se presentan como territorios fértiles para ensayar nuevas formas de vinculación social, desaceleradas y conscientes. En ellos, el diseño de servicios no solo resuelve funciones, sino que construye cultura, moldea comportamientos, y puede fomentar experiencias significativas que trascienden lo inmediato.

Por otra parte, este TFG responde a la necesidad de revalorizar el encuentro cara a cara, en un mundo donde la digitalización permea cada aspecto de nuestra existencia, este trabajo no pretende rechazar la tecnología, sino detenerse a observar con atención sus efectos, sus silencios y sus consecuencias invisibles. Se posiciona desde una mirada crítica, no como oposición al avance tecnológico, sino como un llamado a diseñar con conciencia, reconociendo el poder del diseño como mediador entre lo técnico y lo humano.

El presente proyecto se inscribe en una búsqueda ética: explorar cómo el diseño puede crear espacios donde las personas vuelvan a encontrarse verdaderamente, donde lo presencial no sea la excepción, sino el centro. En lugar de automatizar el vínculo, se busca rehumanizarlo. En lugar de distraer, se procura conectar. Esta postura surge no solo de una necesidad percibida en la sociedad contemporánea, sino también de una profunda convicción de que el diseño tiene la responsabilidad, y la capacidad, de imaginar futuros más sensibles, más atentos, más humanos.

Este trabajo no ofrece respuestas absolutas, pero sí invita a la reflexión. ¿Qué vínculos estamos diseñando? ¿Qué tipo de humanidad estamos proyectando al crear servicios mediados por pantallas, algoritmos y automatismos? ¿Y qué lugar le queda a la presencia real, a la conversación sin filtros, al encuentro sin interfaz digital?

Este trabajo no rechaza la tecnología, pero sí cuestiona su hegemonía como único medio de conexión. Plantea, en cambio, que con una planificación consciente, empática y orientada al bienestar colectivo, los espacios gastronómicos pueden trascender su función tradicional. Pueden convertirse en escenarios vivos para recuperar dinámicas sociales esenciales, para volver a habitar el presente con otros, y para diseñar, desde lo cotidiano, un futuro más humano.

Tertulias Montevideanas demuestra que el diseño de servicios no se limita a organizar o mejorar una experiencia funcional, sino que puede actuar como un vehículo para revalorizar lo humano. En un contexto donde la digitalización tiende a mediar, acelerar y fragmentar nuestras interacciones, esta investigación propone una pausa: un espacio deliberado para el encuentro real, la escucha activa y la construcción de comunidad.

Con esta propuesta se busca encender una chispa, provocar una pausa en la lógica dominante y abrir la posibilidad de habitar el presente con otros, de forma más genuina. Porque diseñar es también elegir desde dónde miramos el mundo. Y hoy, más que nunca, necesitamos miradas que nos devuelvan lo humano.

El desarrollo de Tertulias Montevideanas como una experiencia gastronómica y social adaptable a distintos locales gastronómicos de Montevideo ha permitido abordar la intersección entre el diseño de servicios y la interacción social. A lo largo del proyecto, se han definido los aspectos clave de la propuesta, incluyendo su adaptabilidad, la estructura del evento y el impacto en la experiencia del usuario.

Sin embargo, existen aspectos que pueden ser mejorados o profundizados en futuras iteraciones del proyecto:

1. Desarrollo de la estrategia comercial:

Si bien el diseño del servicio ha sido el foco principal, es importante explorar cómo este evento puede consolidarse como una propuesta rentable y atractiva para los restaurantes. Esto incluye la definición de modelos de negocio viables, estrategias de precios y beneficios concretos para los locales anfitriones.

2. Expansión del concepto a nuevas variantes:

El formato actual puede evolucionar hacia otras experiencias sensoriales, incorporando no solo gastronomía, sino también música en vivo, arte o temáticas específicas que diversifiquen la propuesta sin perder su esencia.

3. Optimización de la gestión y la logística del evento:

A medida que el servicio se implemente en distintos espacios, se podrán identificar oportunidades para mejorar los procesos de planificación, comunicación con los locales y coordinación del equipo de trabajo.

4. Exploración de alianzas estratégicas:

La colaboración con bodegas, sommeliers, chefs y marcas relacionadas con la gastronomía puede fortalecer la propuesta de valor y brindar mayor visibilidad al evento.

Con un desarrollo estratégico continuo, Tertulias Montevideanas, puede convertirse en un servicio consolidado en la escena gastronómica de Montevideo, ofreciendo a los asistentes un espacio donde compartir, degustar, descubrir y disfrutar.

Perspectivas futuras y conclusión

A medida que Tertulias Montevideanas evoluciona, se presentan diversas oportunidades para ampliar su alcance e impacto. La flexibilidad del formato permite explorar nuevas estrategias de implementación, asegurando que la experiencia se mantenga relevante y atractiva para distintos públicos y espacios gastronómicos.

En el futuro, la propuesta podría expandirse a ciudades fuera de Montevideo, integrarse en festivales gastronómicos o incluso consolidarse como una experiencia premium con ediciones temáticas y colaboraciones exclusivas. Asimismo, el uso de tecnología (como plataformas digitales para reservas y fidelización de clientes) podría optimizar la gestión y aumentar la participación del público.

Desde una perspectiva de diseño de servicios, este proyecto demuestra cómo una experiencia bien estructurada puede transformar un espacio físico en un entorno de interacción significativo; al combinar gastronomía, socialización y un enfoque conscientemente diseñado en cada etapa del evento.

En conclusión, esta iniciativa no solo responde a la demanda de experiencias gastronómicas innovadoras, sino que también fomenta la conexión entre personas, fortaleciendo la cultura del encuentro en espacios intervenidos por el diseño. Con el refinamiento continuo de su modelo de implementación y una estrategia de crecimiento bien definida, Tertulias Montevideanas tiene el potencial de convertirse en una experiencia de referencia dentro del circuito gastronómico de Montevideo y más allá.

Contribución al campo del Diseño Industrial

Este Trabajo Final de Grado contribuye al campo del Diseño Industrial al ampliar su campo de acción más allá del diseño de objetos materiales, integrando enfoques propios del diseño de servicios y adoptando una postura crítica frente al uso y efectos de la tecnología en la vida cotidiana. A través del desarrollo de Tertulias Montevideanas, se reafirma el potencial del diseño como herramienta para intervenir en lo social, diseñando experiencias significativas que promuevan la interacción humana auténtica en entornos físicos mediados cada vez más por lo digital.

Este proyecto aporta metodologías concretas para comprender y caracterizar usuarios desde una mirada holística (incluyendo dimensiones emocionales, relacionales y culturales), al tiempo que plantea interrogantes éticos sobre el rol del diseño en la configuración de los vínculos sociales contemporáneos. En este sentido, el proyecto se alinea con una visión del Diseño Industrial como disciplina estratégica, sensible al contexto sociotecnológico y comprometida con el bienestar colectivo.

Con esta propuesta, se espera explorar el potencial del diseño para crear experiencias significativas que enriquezcan la vida de las personas y fortalezcan los lazos comunitarios en la sociedad contemporánea, mejorando el bienestar emocional y social de los habitantes de la ciudad de Montevideo.

Reflexión personal

El desarrollo de Tertulias Montevideanas ha sido un proceso de aprendizaje y exploración que ha puesto a prueba las herramientas adquiridas a lo largo de mi formación en esta carrera de Diseño Industrial. Desde el inicio, este proyecto me desafió a pensar más allá del objeto tangible y adentrarme en el mundo del diseño de experiencias.

Este trabajo fue, para mí, mucho más que un proyecto académico. Representó una oportunidad para detenerme a observar cómo nos estamos vinculando como sociedad, cómo la tecnología, si bien nos conecta a gran escala, también puede aislarnos en lo cotidiano. Desde mi lugar como diseñadora, sentí la necesidad de cuestionar los caminos por los que transitamos y proponer un espacio que recupere lo humano, lo sencillo y lo auténtico: el encuentro cara a cara. Tertulias Montevideanas no busca romantizar el pasado ni negar el valor de la innovación tecnológica, sino invitar a una pausa, a un espacio de conexión real en medio del ritmo acelerado de la vida urbana. A través de esta investigación confirmé que el diseño no solo puede responder a necesidades funcionales, sino también emocionales y sociales. Y, sobre todo, comprendí que el rol del diseño también es hacerse preguntas, abrir conversaciones, y tomar posición ética frente al mundo que estamos ayudando a construir.

Este proyecto no solo representa una síntesis de mis aprendizajes, sino también una base sobre la cual seguir explorando. Quedan caminos por recorrer, aspectos por mejorar y nuevas oportunidades por descubrir. Sin embargo, mirar hacia atrás y ver todo lo que se ha construido me reafirma en la convicción de que el diseño no solo moldea productos o espacios, sino que tiene el poder de dar forma a experiencias memorables.

Bibliografía

Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*.

B.Figueroa, K.Mollenhauer, M.Rico, R.Salvatierra, P.Wuth (2017). *Creando valor a través del Diseño de Servicios*. Diseño de Servicios UC - Escuela de Diseño - Pontificia Universidad Católica de Chile.

Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Morgan, F. N. (2008). "Service Blueprinting: A Practical Technique for Service Innovation". *California Management Review*.

Brod, C. (1984) *Technostress: The Human Cost of the Computer Revolution*. Addison-Wesley Publishing Company, Reading, USA.

Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310-357.

DS UC, 2017 en base a Moritz, S. (2005). *Practical Access to Service Design*. Londres, Inglaterra: sin editorial.

Hampton, K. N., Rainie, L., Lu, W., Shin, I., & Purcell, K. (2015). *Social media and the cost of caring*. Pew Research Center.

Holt-Lunstad, J., Smith, T. B., & Layton, J. B. (2010). Social relationships and mortality risk: A meta-analytic review. *PLoS Medicine*, 7(7), e1000316.

ISO 9000, *Sistema de gestión de calidad*. (2005). Ginebra, Suiza: sin editorial.

Jégou, F.; Manzini, E. (2008). *Collaborative services. Social innovation and design for sustainability*. Milán: Edizione POLI.design.

Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Blackwell.

Mager, B. (2009). Service Design as an Emerging Field. *Design Research Journal*, (1), 17-24.

Manzini, E. (2015). Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation.

Norman, D. A. (1988). The Design of Everyday Things. New York: Basic Books.

Pew Research Center. (2019). Mobile Technology and Home Broadband 2019. <https://www.pewresearch.org>

Pine, J., & Gilmore, J. (1998). The Experience Economy. Harvard Business Review.

Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (22º ed.). www.rae.es

Sennett, R. (2012). Juntos: Rituales, placeres y política de cooperación. Barcelona: Anagrama.

Shostack, G. L. (1982). "How to Design a Service". European Journal of Marketing.

Summer Hits - The Summer Agency

Statista. (2021). Percentage of internet users in selected Latin American countries who use social media daily.

Thackara, J. (2005). In the Bubble: Designing in a Complex World. Cambridge: MIT Press.

Turkle, S. (2012). Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. Basic Books.

Turkle, S. (2015). Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age. New York: Penguin Press.

Vygotsky, L. S. (1978). Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes. Harvard University Press.

Waldinger, R. J., & Schulz, M. S. (2015). The Harvard Study of Adult Development: Lessons from 75 years of research on human flourishing. Harvard Medical School.

We Are Social & Meltwater. (2024). Digital 2024: Global Overview Report. <https://datareportal.com>

Anexo

- Alternativas del proceso de diseño.
- Relevamiento de los locales gastronómicos de la ciudad.
- Encuestas.
- Entrevistas.
- Posible diseño del folleto de difusión del evento.
- Cupones de descuento para los usuarios.
- Posible diseño del menú para hacer entrega a los usuarios asistentes.

— Alternativas

01

—
REDISEÑO DEL ESPACIO Y LA
DISTRIBUCIÓN

02

—
EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS
TEMÁTICAS

03

—
PLATAFORMA DIGITAL PARA
CONECTAR COMENSALES

Rediseño del espacio

CONCEPTO

Diseño de espacio y circulación que transforma la configuración tradicional del restaurante para convertirlo en un entorno que facilite interacciones espontáneas y conexiones sociales entre los comensales.

¿CÓMO?

El espacio del restaurante se rediseña estratégicamente para fomentar la interacción entre los comensales, integrando principios de diseño de experiencia y ergonomía espacial.



¿Qué?

Es una propuesta basada en la reorganización del espacio físico, circulación y disposición del mobiliario del restaurante para promover interacciones sociales entre los clientes.

¿Por qué?

Porque el diseño del espacio influye en la manera en que las personas interactúan entre sí. Al reconfigurar la disposición y el ambiente del restaurante, se pueden romper barreras sociales y facilitar encuentros entre desconocidos de forma natural.

¿Para qué?

Para transformar la experiencia tradicional de mesas separadas y un ambiente individualista en un espacio de encuentro y conexión social.

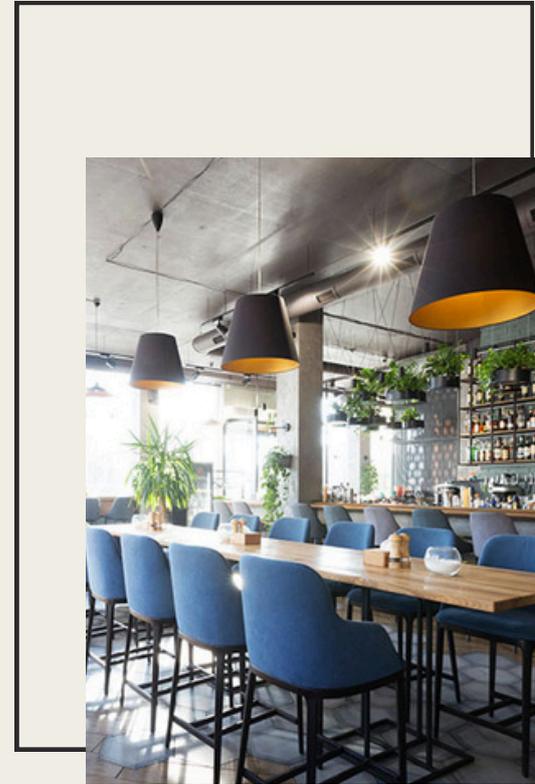


Características

A través de una distribución estratégica del espacio se crean zonas de interacción en las que los comensales pueden compartir la experiencia gastronómica de manera más abierta y espontánea. De esta manera se facilitan comentarios, conversaciones e intercambio con otras personas, promoviendo una charla casual como si los comensales estuvieran en una gran mesa familiar y/o de amigos.

Zonas de mesas comunitarias y modulares:

- Se reemplazan mesas individuales por mesas grandes que permitan la interacción entre diferentes grupos de personas, de manera tal que todas se puedan ver a los ojos y sea fácil tener una conversación cercana.
- El mobiliario es modular, lo que permite configuraciones flexibles para adaptarse a la cantidad de comensales y facilitar la cercanía entre ellos.
- Se introducen elementos de diseño que sirven para favorecer conversaciones entre los usuarios, como menús para compartir, picadas grandes, degustaciones, etc.
- Se crean áreas de espera donde los clientes puedan conversar antes de ser ubicados.
- Se eliminan barreras visuales que aíslan a los comensales, favoreciendo la percepción de comunidad.
- Se incentivan pequeños encuentros en puntos estratégicos como la barra.



Experiencias gastronómicas

CONCEPTO

Un sistema de eventos en restaurantes que utiliza la gastronomía como excusa para generar interacciones entre personas con intereses afines. Se diseñan experiencias inmersivas en torno a un concepto específico.

¿CÓMO?

El restaurante ofrece una actividad programada diseñada específicamente para romper el hielo, facilitar la conexión entre personas y compartir una experiencia gastronómica.



¿Qué?

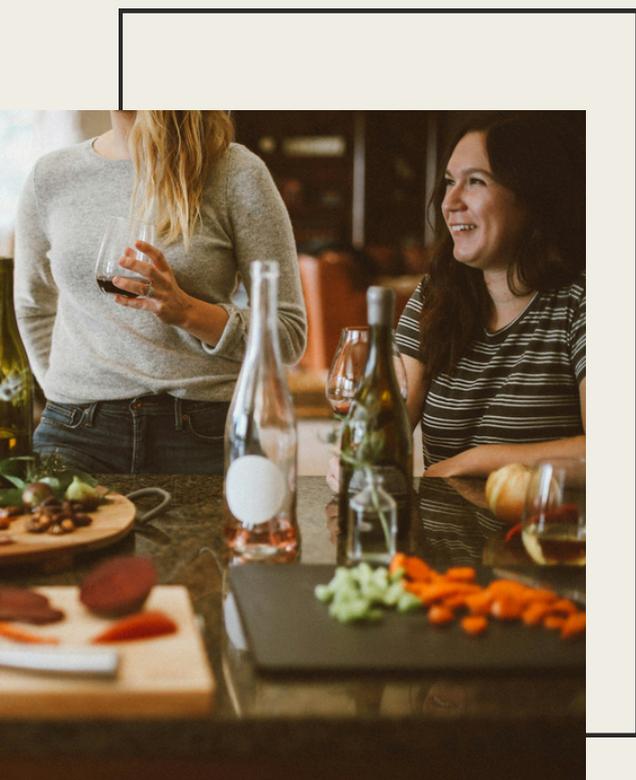
Es un servicio de experiencia en el que se diseña una serie de momentos narrativos con formatos estructurados para estimular la interacción entre los participantes.

¿Por qué?

Porque se busca utilizar la gastronomía como un catalizador de encuentros ya que la socialización en restaurantes suele estar limitada a los grupos con los que se asiste, reduciendo las oportunidades de conocer nuevas personas.

¿Para qué?

Para contrarrestar la desconexión social y potenciar la interacción cara a cara, creando experiencias gastronómicas que fomenten la interacción, brindando a los asistentes la oportunidad de conocer nuevas personas de una manera natural y entretenida.



Características

- Temáticas específicas y narrativas diseñadas para generar conversación y participación activa que servirán como hilo conductor de la socialización entre los usuarios.
- Se reconfiguran las mesas para favorecer la interacción y desarrollar la actividad entre pequeños grupos de comensales.
- Se combinan momentos de comida con actividades participativas, como debates gastronómicos.
- Curaduría de la comida y bebida alineada con la temática del evento.
- Se incentiva el cambio de grupos en algunos momentos para ampliar la red de contactos.
- Facilitadores o anfitriones que guían la interacción entre los participantes.



BENEFICIOS

- Mayor nivel de socialización y conexiones interpersonales en un ambiente relajado.
 - Diferenciación y fidelización de clientes, ya que los restaurantes ofrecerán experiencias únicas.
 - Convierte la experiencia gastronómica en algo más interactivo y social.
 - Reducción de la ansiedad social, al estructurar las interacciones de forma guiada y fluida.
-

Conectando comensales

CONCEPTO

Una plataforma digital diseñada para facilitar la socialización en restaurantes, permitiendo a los comensales conectarse con otras personas con intereses afines antes de su llegada o durante su estancia.

¿CÓMO?

Combinando tecnología, diseño de experiencia de usuario y estrategias de socialización, creando una red de interacción que convierte a los restaurantes en puntos de encuentro más dinámicos y conectados.

¿Qué?

Es una plataforma digital (app móvil) que permite a los usuarios encontrar y conectar con otros comensales en función de intereses comunes o niveles de socialización deseados.

¿Por qué?

Porque busca aprovechar la tecnología para facilitar encuentros presenciales, en lugar de reemplazarlos. Permite a los comensales romper el hielo antes de llegar al restaurante, reduciendo la ansiedad social y creando oportunidades de interacción significativas.

¿Para qué?

Para convertir a los restaurantes en espacios de conexión social a través de una herramienta digital que facilita los encuentros entre personas con intereses comunes.



Características

- Los clientes pueden registrarse en la app y unirse a mesas con intereses compartidos.
- Se crean perfiles anónimos con afinidades gastronómicas para agrupar a personas con gustos similares.
- Elimina la incomodidad inicial, facilitando la conexión y temáticas similares desde antes del encuentro.
- Fomenta redes de contacto profesionales y sociales en un ambiente relajado.
- Dinamiza la experiencia gastronómica, ofreciendo un valor agregado más allá de la comida.
- Aprovecha la tecnología sin reemplazar la interacción humana, promoviendo encuentros en el mundo real.



BENEFICIOS

- Genera conexiones humanas auténticas: Facilita la socialización entre personas con intereses afines, ayudando a romper el hielo y promoviendo vínculos significativos en un ambiente relajado como el de un restaurante o bar.
 - Enriquece la experiencia gastronómica: Transforma una salida a comer en una experiencia social completa, sumando valor emocional al encuentro y haciendo que la visita al local sea más memorable.
 - Aporta valor al restaurante: Atrae nuevos públicos, fideliza a los clientes y posiciona al local como un espacio innovador y socialmente activo, generando una ventaja competitiva.
 - Ofrece oportunidades para eventos y personalización: Permite organizar encuentros temáticos, personalizar las experiencias según intereses y recopilar datos que pueden ser útiles para mejorar el servicio.
-

Relevamiento

Observación etnográfica in situ

Como parte del proceso de investigación y diagnóstico del contexto, se realizó un relevamiento de distintos locales gastronómicos de Montevideo con el objetivo de observar dinámicas de uso del espacio, disposición del mobiliario, comportamiento de los comensales y niveles de socialización.

En general, se constató que la mayoría de los restaurantes y bares priorizan el diseño orientado al consumo individual o grupal preestablecido (parejas, grupos de amigos o familias). Las mesas están distribuidas de forma tradicional, con una clara segmentación entre grupos, lo que limita la posibilidad de interacción espontánea entre personas que no se conocen. Las configuraciones espaciales tienden a promover una experiencia centrada en el plato, la atención al cliente y la ambientación, pero poco se explora el potencial del local como escenario para fomentar el vínculo social más allá de los grupos que llegan juntos.

A nivel de ambientación, se observan propuestas muy diversas en cuanto a estilo, iluminación y música, pero en su mayoría, estas responden a una lógica estética o comercial más que a una intención narrativa o de estímulo a la conexión humana. En algunos casos se detectaron intentos por generar calidez o cercanía mediante la decoración o ciertos elementos sensoriales, pero sin una estrategia clara que favorezca la conversación entre desconocidos o el sentido de comunidad.

Por otro lado, el ritmo de servicio, el rol del personal y la disposición del tiempo dentro de los locales tampoco suelen contemplar espacios para pausas sociales o actividades complementarias. El comensal consume, se retira, y rara vez se produce una experiencia que perdure o que estimule el encuentro con otros.

Relevamiento

Tipologías de locales gastronómicos en Montevideo:

1. Parrillas tradicionales

- Ejemplos destacados: El Palenque, La Pulpería, Mercado del Puerto.
- Oferta gastronómica: Carnes a la parrilla, achuras, platos típicos uruguayos.
- Ambiente: Rústico, informal, con énfasis en la tradición y la cultura local.
- Dinámica social: Predominan grupos familiares o de amigos; interacción limitada entre mesas.

2. Restaurantes de autor y cocina fusión

- Ejemplos destacados: Tandory, Jacinto, Primuseum.
- Oferta gastronómica: Platos innovadores que combinan técnicas y sabores internacionales.
- Ambiente: Cuidado en la presentación, decoración temática o artística.
- Dinámica social: Experiencia centrada en la comida; interacción social principalmente dentro de cada grupo.

3. Bares y gastrobares

- Ejemplos destacados: Candy Bar, Alvarez Bar, Casa Fauno.
- Oferta gastronómica: Tapas, coctelería, platos para compartir.
- Ambiente: Descontracturado, con música y eventos culturales.
- Dinámica social: Mayor apertura a la interacción entre grupos; espacios propicios para encuentros espontáneos.

4. Cafés y bistrós

- Ejemplos destacados: El Tío Bistró, Montevideo al Sur, Las Cabras.
- Oferta gastronómica: Menús ligeros, pastelería, opciones vegetarianas.
- Ambiente: Íntimo, acogedor, con énfasis en la estética y el confort.
- Dinámica social: Espacios propicios para reuniones pequeñas; interacción entre desconocidos menos frecuente.

5. Espacios temáticos y de experiencias

- Ejemplos destacados: Casa Fauno, Concreto, Dalí.
- Oferta gastronómica: Varía según el concepto; puede incluir espectáculos, arte en vivo, talleres.
- Ambiente: Inmersivo, diseñado para ofrecer una experiencia más allá de la comida.
- Dinámica social: Fomenta la participación y la interacción entre los asistentes.



Alvarez Bar, Candy Bar, Vermutería, Evento de degustación de vinos, Vereda

Marca temporal	Edad	Género	¿Qué haría que tu experiencia social en un restaura	¿Qué limitaciones encuentras para socializar en re	¿Qué barreras personales encuentras para socializ	¿Qué tan importante es para ti crear nuevas conex	¿Prefieres socializar en un ambiente estructurado	¿Te interesarían estas actividades al visitar un res
17/12/2024 10:13:42	25	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Prefiero no socializar	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cul
17/12/2024 10:16:22	25	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Actividades que no promuevan la conversación	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
17/12/2024 10:26:48	25	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Muy importante, busco conocer gente nueva	Ambiente informal	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
17/12/2024 10:49:16	25	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 10:49:26	25	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 11:17:11	25	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cul
17/12/2024 12:29:04	25	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Muy importante, busco conocer gente nueva	Ambiente estructurado	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 21:48:50	25	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Música muy alta que complica la charla	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 21:49:52	25	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 22:45:08	25	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Cenas comunitarias temáticas
29/12/2024 12:19:40	25	Masculino	Ninguna de las anteriores, prefiero solo socializar c	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Prefiero no socializar	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 10:19:48	26	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Mucho ruido de ambiente	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cul
17/12/2024 10:32:52	26	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 11:15:43	26	Masculino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 15:06:33	26	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 15:32:09	26	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 15:34:09	26	Masculino	Personal que fomente un ambiente amigable	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Experiencias gastronómicas compartidas (como rr
18/12/2024 9:24:54	26	Femenino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Espacios con diseño incómodo para grupos	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente estructurado	Cenas comunitarias temáticas, Eventos/intercambi
29/12/2024 13:18:39	26	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 10:18:41	27	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Experiencias gastronómicas compartidas (como rr
17/12/2024 10:38:29	27	Femenino	Personal que fomente un ambiente amigable	Espacios con diseño incómodo para grupos	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
17/12/2024 11:51:12	27	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias
18/12/2024 8:15:19	27	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	No encuentro limitaciones	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Prefiero no socializar	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cul
18/12/2024 12:53:11	27	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Ambiente estructurado	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
16/12/2024 23:32:28	28	Femenino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Actividades que no promuevan la conversación	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cul
17/12/2024 10:07:36	28	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 10:10:11	28	Femenino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Actividades que no promuevan la conversación	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cul
17/12/2024 10:13:48	28	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Actividades que no promuevan la conversación	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 10:20:29	28	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Depende de la situación	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
17/12/2024 10:27:17	28	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Actividades que no promuevan la conversación	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Muy importante, busco conocer gente nueva	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias
17/12/2024 10:29:49	28	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Actividades que no promuevan la conversación	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 10:43:16	28	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente estructurado	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cul
17/12/2024 10:57:03	28	Femenino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Ambiente informal	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 11:02:16	28	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Depende de la situación	Cenas comunitarias temáticas, Experiencias gastr
17/12/2024 12:08:45	28	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 12:22:56	28	Femenino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cul
17/12/2024 16:12:33	28	Masculino	Personal que fomente un ambiente amigable	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 17:53:15	28	Femenino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente estructurado	Cenas comunitarias temáticas, Eventos/intercambi
17/12/2024 20:21:11	28	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Actividades que no promuevan la conversación	No siento que el espacio fomente interacciones	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 20:34:13	28	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	No tengo barreras ja	Muy importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 20:57:45	28	Femenino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Actividades que no promuevan la conversación	No siento que el espacio fomente interacciones	Muy importante, busco conocer gente nueva	Ambiente estructurado	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
17/12/2024 21:13:11	28	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
18/12/2024 9:16:36	28	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Experiencias gastronómicas compartidas (como rr
17/12/2024 10:15:13	29	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	No encuentro limitaciones	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
17/12/2024 10:22:16	29	Femenino	Personal que fomente un ambiente amigable	No me interesa socializar un un restaurante je	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Depende de la situación	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
17/12/2024 10:25:39	29	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Actividades que no promuevan la conversación	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
17/12/2024 10:32:28	29	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 10:39:36	29	Masculino	Personal que fomente un ambiente amigable	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente estructurado	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char

Marca temporal	Edad	Género	¿Qué haría que tu experiencia social en un restaura	¿Qué limitaciones encuentras para socializar en re	¿Qué barreras personales encuentras para socializ	¿Qué tan importante es para ti crear nuevas conex	¿Prefieres socializar en un ambiente estructurado	¿Te interesarían estas actividades al visitar un res
17/12/2024 10:53:03	29	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Actividades que no promuevan la conversación	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
17/12/2024 11:00:31	29	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Actividades que no promuevan la conversación	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Experiencias gastronómicas compartidas (como rr
17/12/2024 11:10:23	29	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
17/12/2024 11:15:32	29	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Depende de la situación	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
17/12/2024 12:25:02	29	Femenino	Personal que fomente un ambiente amigable	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
17/12/2024 13:45:28	29	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 14:49:30	29	Masculino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Actividades que no promuevan la conversación	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 20:52:30	29	Masculino	Musica de ambiente mas baja	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Prefiero no socializar	Juegos grupales o trivias, Ninguna, prefiero experie
17/12/2024 22:09:39	29	Femenino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
17/12/2024 23:30:49	29	Masculino	Personal que fomente un ambiente amigable	Depende de cada persona, socializar en bares es si	No percibo ninguna barrera	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Ambiente informal	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
18/12/2024 9:32:44	29	Masculino	Posibilidad de participar en eventos especiales, Me	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Muy importante, busco conocer gente nueva	Ambiente informal	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
26/12/2024 20:22:41	29	Masculino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Actividades que no promuevan la conversación	No siento que el espacio fomente interacciones	Muy importante, busco conocer gente nueva	Ambiente estructurado	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
17/12/2024 10:14:27	30	Masculino	Personal que fomente un ambiente amigable	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	No siento que el espacio fomente interacciones	Muy importante, busco conocer gente nueva	Depende de la situación	Cenas comunitarias temáticas, Eventos/intercambi
17/12/2024 10:15:41	30	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Cenas comunitarias temáticas, Experiencias gastr
17/12/2024 10:19:33	30	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, charl
17/12/2024 10:49:08	30	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, charl
17/12/2024 10:53:45	30	Masculino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
17/12/2024 11:14:23	30	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Ambiente informal	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
17/12/2024 11:22:13	30	Femenino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
17/12/2024 11:22:40	30	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente estructurado	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
17/12/2024 12:10:56	30	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Actividades que no promuevan la conversación	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 15:02:10	30	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	No hay barrera. Me obligaba a responder pero no.	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
17/12/2024 21:56:02	30	Masculino	Personal que fomente un ambiente amigable, Mes	Espacios con diseño incómodo para grupos	No percibo ninguna barrera	Muy importante, busco conocer gente nueva	Depende de la situación	Cenas comunitarias temáticas, Experiencias gastr
17/12/2024 22:45:56	30	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
17/12/2024 23:49:23	30	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	No encuentro limitaciones	No siento que el espacio fomente interacciones	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, charl
18/12/2024 19:03:54	30	Masculino	Personal que fomente un ambiente amigable	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, charl
17/12/2024 10:22:34	31	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Ambiente estructurado	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
17/12/2024 10:54:09	31	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Actividades que no promuevan la conversación	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, charl
17/12/2024 11:18:55	31	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
17/12/2024 12:12:43	31	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Experiencias gastronómicas compartidas (como rr
17/12/2024 12:28:38	31	Masculino	Personal que fomente un ambiente amigable, Mes	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, charl
17/12/2024 14:11:21	31	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 20:16:15	31	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
18/12/2024 9:15:23	31	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	No percibo ninguna barrera	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Experiencias gastronómicas compartidas (como rr
18/12/2024 9:17:32	31	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Actividades que no promuevan la conversación	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
18/12/2024 9:33:31	31	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 10:16:05	32	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	No siento que el espacio fomente interacciones	Muy importante, busco conocer gente nueva	Depende de la situación	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
17/12/2024 10:21:40	32	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Ambiente estructurado	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, charl
17/12/2024 15:33:31	32	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Depende de la situación	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
17/12/2024 20:37:39	32	Prefiero no decirlo	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Espacios con diseño incómodo para grupos	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, charl
17/12/2024 10:15:32	33	Masculino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Espacios con diseño incómodo para grupos	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 11:19:54	33	Femenino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Actividades que no promuevan la conversación	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Muy importante, busco conocer gente nueva	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, charl
17/12/2024 18:57:07	33	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Esta todo dispuesto para separar los grupos en gra	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
17/12/2024 20:36:29	33	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interaccione	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, charl
17/12/2024 21:01:11	33	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Actividades que no promuevan la conversación	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, charl
17/12/2024 23:04:49	33	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	No percibo ninguna barrera	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Experiencias gastronómicas compartidas (como rr
18/12/2024 8:32:25	33	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
18/12/2024 17:14:36	33	Femenino	Personal que fomente un ambiente amigable	No encuentro limitaciones	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Depende de la situación	Experiencias gastronómicas compartidas (como rr

Marca temporal	Edad	Género	¿Qué haría que tu experiencia social en un restaura	¿Qué limitaciones encuentras para socializar en re	¿Qué barreras personales encuentras para socializ	¿Qué tan importante es para ti crear nuevas conex	¿Prefieres socializar en un ambiente estructurado	¿Te interesarían estas actividades al visitar un res
29/12/2024 21:04:32	33	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Experiencias gastronómicas compartidas (como r
17/12/2024 10:16:26	34	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Actividades que no promuevan la conversación	No siento que el espacio fomente interacciones	Muy importante, busco conocer gente nueva	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 11:15:01	34	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 15:14:18	34	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
29/12/2024 12:46:35	34	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	No percibo ninguna barrera	Muy importante, busco conocer gente nueva	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 10:24:03	35	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 11:15:25	35	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Actividades que no promuevan la conversación	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
17/12/2024 13:24:15	35	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interacciones	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
18/12/2024 8:24:01	35	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
18/12/2024 22:56:17	35	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	No encuentro limitaciones	No percibo ninguna barrera	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
19/12/2024 18:57:55	35	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Ambiente ruidoso	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
29/12/2024 13:02:07	35	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Prefiero no socializar	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
17/12/2024 10:19:58	36	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Experiencias gastronómicas compartidas (como r
17/12/2024 10:21:19	36	Femenino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Actividades que no promuevan la conversación	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
17/12/2024 11:48:03	36	Masculino	Take away	Actividades que no promuevan la conversación	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Experiencias gastronómicas compartidas (como r
17/12/2024 23:11:35	36	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Depende de la situación	Experiencias gastronómicas compartidas (como r
18/12/2024 11:10:59	36	Femenino	Personal que fomente un ambiente amigable	Falta de un ambiente que fomente las interacciones	No percibo ninguna barrera	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
18/12/2024 10:01:14	37	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interacciones	Me siento incómodo iniciando conversaciones con	Muy importante, busco conocer gente nueva	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
18/12/2024 13:33:37	37	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	No encuentro limitaciones	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
29/12/2024 14:03:13	37	Masculino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Actividades que no promuevan la conversación	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
29/12/2024 14:36:40	37	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Actividades que no promuevan la conversación	No percibo ninguna barrera	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Experiencias gastronómi
17/12/2024 20:38:09	38	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interacciones	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
18/12/2024 20:57:46	38	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	No encuentro limitaciones	No percibo ninguna barrera	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
19/12/2024 7:42:32	38	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Falta de un ambiente que fomente las interacciones	No siento que el espacio fomente interacciones	Algo importante, pero no es mi prioridad	Ambiente informal	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
17/12/2024 10:38:03	39	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
17/12/2024 21:12:51	39	Masculino	Personal que fomente un ambiente amigable	No encuentro limitaciones	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Depende de la situación	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
29/12/2024 12:36:11	39	Masculino	Personal que fomente un ambiente amigable	Espacios con diseño incómodo para grupos	No percibo ninguna barrera	Muy importante, busco conocer gente nueva	Depende de la situación	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o
29/12/2024 12:59:17	39	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	No encuentro limitaciones	No siento que el espacio fomente interacciones, Ni	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Ambiente informal	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
30/12/2024 10:40:06	39	Femenino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	No encuentro limitaciones	No percibo ninguna barrera	Algo importante, pero no es mi prioridad	Depende de la situación	Eventos/intercambio cultural (música en vivo, char
18/12/2024 8:45:56	40	Masculino	Actividades o dinámicas que faciliten la interacción	Falta de un ambiente que fomente las interacciones	No percibo ninguna barrera	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Cenas comunitarias temáticas, Experiencias gastr
29/12/2024 12:10:42	40	Femenino	No voy a un restaurante por la experiencia social	No voy con ese objetivo	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Poco importante, prefiero socializar solo con mi gr	Depende de la situación	Ninguna, prefiero experiencias más privadas
29/12/2024 12:11:43	40	Masculino	Posibilidad de participar en eventos especiales	No encuentro limitaciones	Prefiero mantenerme en mi grupo y no interactuar	Nada importante, voy al restaurante por la comida	Depende de la situación	Juegos grupales o trivias, Eventos/intercambio cult
30/12/2024 16:12:10	40	Masculino	Diseño del espacio que facilite las conversaciones,	Espacios con diseño incómodo para grupos	No siento que el espacio fomente interacciones	Muy importante, busco conocer gente nueva	Depende de la situación	Cenas comunitarias temáticas, Juegos grupales o

Entrevistas a personas del rubro gastronómico

Entrevista a Rodrigo Silva, encargado de un bar en Montevideo

Fecha: 6 de marzo de 2025

Lugar: Bar "Cambalache Bar", Cordón, Montevideo.

Entrevistadora: ¿Cómo ves el momento actual del rubro gastronómico en Montevideo? ¿Qué está pasando hoy en los bares y restaurantes?

Rodrigo S.: Mirá, está movido. Creo que después de la pandemia, la gente salió con ganas de reencontrarse, de vivir cosas nuevas. Se nota un cambio en lo que busca el público. Ya no alcanza con ofrecer buena comida o bebida, ahora se valora mucho la experiencia en general. Quiere algo distinto, que lo saque de la rutina, que le deje algo para recordar.

Entrevistadora: ¿Qué tipo de cosas les interesan a los clientes cuando eligen salir?

Rodrigo S.: Depende del perfil, claro, pero en general la gente busca lugares con onda, que se sientan auténticos. Puede ser desde un bar con una ambientación cuidada hasta propuestas temáticas o culturales. Por ejemplo, eventos donde haya música en vivo, charlas, degustaciones... la idea de salir a "compartir" está fuerte. Y no hablo solo de compartir la comida, sino de tener un momento con otros, de conectar.

Entrevistadora: ¿Qué desafíos ves para los locales que quieren ofrecer algo diferente?

Rodrigo S.: Y, no es fácil. Primero, porque el día a día en gastronomía es muy demandante. A veces no hay tiempo ni cabeza para planear algo nuevo. Además, hay cuestiones prácticas: espacio limitado, poco personal, presupuesto ajustado... todo eso pesa. Pero también hay un tema de comunicación: si hacés algo diferente pero no lo sabés contar o promocionar, no te sirve de mucho.

Entrevistadora: ¿Cuáles son las oportunidades entonces?

Rodrigo S.: Para mí hay un montón. Hay un público que está abierto a probar cosas nuevas, a salir de lo tradicional. Si lográs ofrecer algo que conecte con eso, ganás mucho. No solo clientes nuevos, sino que fortalecés tu comunidad. El boca a boca sigue siendo clave. Si alguien viene a un evento y se va con una buena experiencia, te recomienda seguro.

Entrevistadora: ¿Cómo ves el vínculo entre los bares/restaurantes y otras disciplinas, como el arte o el diseño?

Rodrigo S.: Me parece que hay un terreno enorme ahí. A veces se ve todo como separado, pero cuando cruzás gastronomía con cultura o diseño, pasan cosas interesantes. Te da identidad. La música en vivo, las exposiciones, o incluso una ambientación pensada desde el diseño, hacen que el lugar tenga personalidad. Y eso hoy vale mucho.

Entrevistadora: ¿Te interesaría colaborar con propuestas externas que traigan experiencias nuevas al local?

Rodrigo S.: Sí, si están bien pensadas y no complican demasiado la operativa. Lo importante es que sumen, que entiendan cómo funciona el lugar y se adapten. Si eso se logra, es una muy buena forma de renovarse y seguir atrayendo gente sin perder tu esencia.

Entrevista a Valentina Cáceres, cocinera en un restaurante en Montevideo

Fecha: 5 de marzo de 2025

Lugar: Restaurante "Albedrío", Pocitos, Montevideo.

Entrevistadora: Contanos un poco cómo llegaste a la cocina y qué es lo que más te gusta de trabajar en este rubro.

Valentina C.: Empecé hace como diez años, estudiando cocina en una escuela en el centro. Después de eso, pasé por muchos lugares distintos: parrillas, bodegones, cocinas de eventos... hasta que encontré mi lugar en un restaurante más chico, donde podía experimentar y tener más conexión con lo que hacía. Lo que más me gusta es eso: poder transmitir algo con cada plato. Cocinar es una forma de expresión, para mí.

Entrevistadora: ¿Cómo ves al comensal uruguayo hoy en día? ¿Cambió algo en la forma en que consumimos?

Valentina C.: ¡Sí, cambió un montón! Antes había mucho más conservadurismo en lo que se comía. Hoy, la gente está más curiosa, pregunta, quiere saber de dónde vienen los ingredientes, se anima a probar cosas nuevas. Hay más conciencia también: sobre lo local, lo sustentable, sobre comer bien. Y eso para nosotros, en cocina, es una oportunidad para crear platos con más historia detrás.

Entrevistadora: ¿Sentís que la cocina puede ser un canal para generar experiencias más allá del plato?

Valentina C.: Totalmente. La cocina no es solo lo que se sirve en la mesa, es todo lo que pasa alrededor. Desde cómo se presenta un plato, hasta cómo se cuenta la historia detrás de ese ingrediente o por qué se eligió una receta. Cuando lográs que la persona entienda eso, conectás desde otro lugar. Para mí, lo ideal es cuando el comensal se va habiendo aprendido algo o habiendo sentido algo distinto, no solo comido rico.

Entrevistadora: ¿Cómo sería una experiencia ideal en tu restaurante, desde tu mirada?

Valentina C.: Una donde haya un ida y vuelta. Que no sea solo "yo cocino y vos comés", sino que haya una instancia de charla, de intercambio. Me encantan esos eventos donde podés salir de la cocina a contar algo del plato, hablar con la gente. Se genera otro clima, mucho más cálido. Creo que la gastronomía puede ser un puente para eso: para conocernos, para compartir historias.

Entrevistadora: ¿Te gustaría participar en eventos gastronómicos más orientados a la interacción social?

Valentina C.: ¡Claro! Me parece que es algo que suma para todos. Para nosotros como equipo, porque es un desafío lindo salir de lo rutinario. Para el local, porque se genera movimiento y buena energía. Y para la gente, porque vive una experiencia que no encuentra todos los días. Si hay algo que se valora hoy, es eso: vivir momentos especiales.

Entrevistadora: ¿Qué consejo le darías a alguien que está pensando en diseñar un evento gastronómico con foco en la experiencia?

Valentina C.: Que piense en todo: no solo en el menú, sino en cómo se vive la experiencia de principio a fin. Que haya coherencia entre lo que se quiere transmitir y cómo se hace. Y que escuche mucho al equipo del restaurante, porque conocemos el ritmo del lugar, los tiempos, los límites... si se trabaja en conjunto, puede salir algo muy potente.

Entrevista a Gabriel Mederos, mozo con más de 9 años de experiencia en el rubro gastronómico en Montevideo

Fecha: 5 de marzo de 2025

Lugar: Café y Bistró "La Esquina", Cordón, Montevideo

Entrevistadora: Contanos un poco cómo empezaste en esto y qué te atrapó del trabajo como mozo.

Gabriel M.: Arranqué de chico, con 18, en una parrillita del barrio. Al principio era para hacer unos mangos, pero después me fui enganchando. Me gusta el ritmo, el trato con la gente, cada día es diferente. Y cuando te gusta lo que hacés, se nota. En este laburo, si tenés buena actitud, ya ganás la mitad del servicio.

Entrevistadora: ¿Qué cambió en el cliente uruguayo en estos últimos años?

Gabriel M.: Cambió pila. Hoy el cliente viene con más información, quiere saber, pregunta más. También busca algo más que solo comer: quiere pasarla bien, vivir una experiencia. Antes era venir, sentarse, comer e irse. Ahora muchos vienen a quedarse un rato largo, charlar, disfrutar el momento. Es más social todo.

Entrevistadora: ¿Qué rol juega el mozo en esa experiencia?

Gabriel M.: Somos el nexo entre la cocina y la mesa. Pero también somos parte de la experiencia, sin duda. Si vos saludás bien, explicás el plato con onda, estás atento pero sin molestar, hacés la diferencia. Una buena atención puede hacer que la gente vuelva. La gente se acuerda cuando la tratás bien. Y cuando se siente cómoda, se suelta, charla más, se queda más tiempo.

Entrevistadora: ¿Cómo ves los eventos o propuestas que buscan generar más interacción entre los comensales?

Gabriel M.: Me encantan. He trabajado en algunos eventos así, tipo cenas temáticas o maridajes, donde la gente no viene en grupos cerrados, y termina hablando entre mesas. Se nota cuando hay buena energía, cuando se crea ambiente. Y eso también te motiva a vos como mozo, porque sentís que estás siendo parte de algo más grande.

Entrevistadora: ¿Qué desafíos ves para hacer algo así en un restaurante?

Gabriel M.: Lo más importante es la coordinación. Que el equipo esté alineado, que se sepa bien cómo va a ser el ritmo del evento. Porque no es lo mismo servir a cada uno por su cuenta que hacerlo como una experiencia colectiva. Pero si se planifica bien, sale divino. Y también es clave que haya comunicación entre el organizador y el restaurante, que se respeten los tiempos y el funcionamiento del lugar.

Entrevistadora: ¿Y qué te gustaría ver en un evento de este tipo?

Gabriel M.: Que haya calidez. Que la gente se sienta cómoda desde que entra. Que se genere esa sensación de "estamos todos compartiendo algo". No importa tanto si el menú es de diez pasos o más simple, lo que importa es que se viva como una experiencia distinta. Si como mozo puedo aportar a eso, mejor todavía.

Síntesis de entrevistas – Aportes al diseño del servicio

1. La experiencia como algo integral y social

Tanto el encargado, como el mozo y la cocinera coincidieron en que el público uruguayo valora cada vez más vivir una experiencia completa, no solo comer bien. El ambiente, la atención, y el momento compartido son clave. Esto respalda el enfoque del servicio “Tertulias Montevideanas” que busca generar encuentros significativos a través de la gastronomía.

2. Nuevos hábitos del consumidor

Los tres entrevistados observaron un cambio en el comportamiento del cliente: más informado, más exigente, y con mayor interés en propuestas innovadoras. Se valora lo auténtico, lo cercano y lo distinto. Esto muestra una apertura del mercado a experiencias gastronómicas con valor agregado, como las que propone este servicio.

3. Rol activo del personal en la experiencia

Desde diferentes perspectivas, todos resaltan que el personal (mozos, cocineros, encargados) es fundamental para el éxito de la experiencia. El mozo es el vínculo humano más visible; el chef aporta desde lo conceptual y lo sensorial; y el encargado coordina para que todo funcione. Esto pone en evidencia la importancia del diseño de roles y la preparación previa del equipo en este tipo de eventos.

4. Condiciones clave para implementar un evento

El encargado y el mozo mencionaron la importancia de la coordinación y la comunicación entre el organizador del evento y el restaurante. Desde la cocina, se valoró la flexibilidad creativa y el respeto por los tiempos y dinámicas propias del local. Esto orienta las condiciones mínimas necesarias que el servicio debe contemplar en su implementación.

5. Potencial del evento para dinamizar el rubro

Los tres entrevistados perciben este tipo de eventos como oportunidades: para atraer nuevos públicos, para diferenciarse, para dar a conocer productos o estilos culinarios, y para ofrecer algo más humano en un contexto cada vez más automatizado.

Entrevista a persona dentro del rubro del diseño

Entrevista a Martina Garín, diseñadora UX/UI

¿Cómo ves este tipo de propuestas que combinan gastronomía, socialización y diseño de experiencias?

Me parece súper valioso. Hay una necesidad real de reconectar, de volver a lo presencial, y si el diseño puede generar esos espacios de encuentro, entonces estamos usando nuestras herramientas con sentido. Lo gastronómico tiene un potencial enorme para construir experiencias memorables, porque apela a los sentidos y a lo emocional al mismo tiempo.

¿Qué destacarías como fortaleza de una experiencia como "Tertulias Montevideanas"?

Justamente eso: que pone al usuario en el centro, no solo para que consuma un producto, sino para que viva una experiencia completa. Me gusta que no se impone una lógica comercial dura, sino que se propone una excusa para conectar. Y lo hace con herramientas del diseño: guiones, ambientación, momentos definidos... eso lo diferencia de simplemente ir a cenar afuera.

¿Qué aspectos cuidarías desde el diseño?

Cuidaría mucho el equilibrio entre lo espontáneo y lo estructurado. A veces, cuando diseñamos experiencias, podemos caer en "sobreguionar" el momento. Pero acá lo importante es que fluya. También pensaría en cómo extender la experiencia: ¿qué pasa antes? ¿cómo se invita? ¿hay algo que el usuario se lleva después? Esos puntos de contacto son clave para dejar una huella.

¿Cómo se podría potenciar el evento desde el diseño?

Podría haber formatos itinerantes, colaboraciones con artistas o diseñadores locales, intervenciones sensoriales o hasta pequeñas instalaciones efímeras que acompañen la temática del evento. También se puede pensar en herramientas digitales complementarias que no compitan con la experiencia presencial, pero que la extiendan: playlists, cuadernillos, postales, recuerdos...

¿Qué rol creés que tiene el diseño en la construcción de comunidad?

Un rol central. El diseño no solo organiza productos o servicios, también organiza vínculos. Puede construir estructuras invisibles para que otros se encuentren. Cuando eso pasa, cuando el diseño es el marco para que surjan cosas genuinas, creo que cumple su función más profunda.

¿Y alguna crítica constructiva que podrías aportar desde tu experiencia?

Sí, claro. Algo que noté es que la propuesta tiene una intención muy noble y cuidada, pero quizás podría beneficiarse de una mirada más inclusiva. Me refiero a pensar también en distintos perfiles de usuarios: personas que van solas, que son más tímidas, o que no están tan acostumbradas a este tipo de eventos. A veces diseñamos para un "usuario ideal", pero en la realidad hay muchas formas de socializar. Entonces, incluir estrategias suaves de facilitación o pequeños disparadores de conversación puede hacer la experiencia más cómoda para todos. Otra cosa es tener presente cómo escalar esta propuesta sin perder su esencia, si llega a tener éxito.

Entrevista a comensales

Entrevistados: Martín (34 años, encargado de una distribuidora) y Camila (29 años, psicóloga).

Frecuentan restaurantes y/o bares al menos una o dos veces por semana.

¿Qué buscan cuando eligen un restaurante o bar para salir?

Martín: Para mí el ambiente es clave. Me gusta que sea un lugar donde pueda charlar tranquilo, que no haya ruido excesivo y que se sienta "cálido". No voy solo por la comida, sino por la experiencia en general.

Camila: Totalmente. A veces elegimos un lugar más por cómo se siente estar ahí que por el menú. También valoramos que tenga una propuesta original, ya sea en la carta o en el concepto.

¿Qué valoran más de una salida gastronómica?

Martín: Que haya buena onda entre los que atienden, que se genere un clima relajado. Si además hay algo nuevo para probar, suma pila.

Camila: La conexión. Capaz suena cursi, pero está buenísimo cuando el lugar te invita a quedarte, a charlar con otras personas, a no estar solo pegado al celular.

¿Cómo reaccionarían si el restaurante les propone participar en un evento como Tertulias Montevideanas?

Camila: ¡Me re coparía! Me gusta la idea de combinar comida, vino y socialización. Si está bien guiado, puede ser muy enriquecedor.

Martín: Me parece una linda excusa para conocer gente en un contexto distinto. Siempre que no sea forzado, me parece una gran idea. Tiene que sentirse natural, como una charla que surge con el vino.

¿Ven valor en este tipo de experiencias que van más allá de lo gastronómico?

Camila: Sí, porque hay una necesidad de conexión real. Estamos muy con el celular o apurados, y estos espacios pueden ayudarnos a frenar un poco.

Martín: Y además, si el restaurante logra diferenciarse con eso, gana un montón. Porque hay miles de lugares para comer, pero pocos que te hagan sentir algo distinto.

¿Qué mejorarían o qué les haría dudar de ir a un evento así?

Camila: Capaz si se ve muy elitista o cerrado, me daría cosa ir sola. Estaría bueno que la comunicación sea abierta, amigable.

Martín: Que esté bien organizado. Si hay desorden, tiempos mal manejados o no se entiende qué hay que hacer, eso te saca de clima. Pero si está bien curado, puede ser tremenda experiencia.

Entrevistada: Laura, 37 años, trabajadora administrativa.

Frecuencia de salida: 1 vez al mes o menos.

¿Con qué frecuencia salís a comer afuera y por qué?

Laura: No salgo tanto, la verdad. Me gusta, pero entre el trabajo, la casa y el presupuesto, no siempre me doy ese gusto. A veces me da pereza o no sé con quién ir. Pero cuando salgo, lo disfruto mucho.

¿Qué buscás cuando elegís un lugar para salir?

Laura: Que sea tranquilo, que no sea demasiado caro, y que se sienta cómodo. Me gusta que no haya que gritar para hablar. Y si tiene algo especial, como una carta distinta, me llama más la atención.

¿Te interesaría participar en un evento que busca fomentar la conversación entre personas desconocidas mientras se disfruta de comida y bebida?

Laura: ¡Sí! Me parece una linda propuesta. A veces tengo ganas de salir y conocer gente, pero no siempre se da la oportunidad. Si sé que el evento está pensado para eso y que va a haber gente con la misma intención, me animo.

¿Qué te haría sentir más cómoda en un evento así?

Laura: Que haya una persona que guíe, que reciba, que te haga sentir bienvenida. También que las mesas no sean muy grandes. Me sentiría más cómoda en grupos chicos, donde se pueda charlar sin presiones.

¿Y qué te haría dudar de asistir?

Laura: Si el evento no está bien explicado o si no sé bien qué esperar. Me daría cosa ir y encontrarme con algo muy formal o demasiado orientado a gente que ya se conoce entre sí. Pero si está claro que es para todos, y que es relajado, iría encantada.

¿Qué valor le ves a una experiencia así, más allá de la comida?

Laura: Lo social. Conocer gente de otras edades, charlar sin apuro, escuchar historias. Me parece que falta eso hoy en día. Está todo muy rápido, muy por arriba, y se pierde la conexión real.

Entrevistado: Diego, 34 años, ingeniero en sistemas.

Frecuencia de salida: ocasional, 1 vez al mes o cada dos meses.

¿Qué te genera la idea de participar en un evento como Tertulias Montevideanas, que busca unir gastronomía e interacción entre desconocidos?

Diego: Mmm... no sé si es para mí. Soy medio reservado. No soy de ir a eventos donde la idea sea "hablar con gente". Si voy a comer afuera, prefiero hacerlo con alguien que ya conozco, charlar tranquilo y volver a casa.

¿Qué te haría dudar o rechazar una propuesta así?

Diego: Me genera cierta incomodidad no saber con quién me voy a sentar. Tampoco sé si me gustaría que haya actividades forzadas para hablar. No me gusta cuando se nota que te están "empujando" a interactuar. Además, si el lugar es ruidoso o no tengo escapatoria, me agobiaría un poco.

¿Le ves algún aspecto positivo, igual?

Diego: A ver, entiendo que hay gente que lo puede disfrutar. Si está bien planteado, si no es invasivo, y hay una excusa real para conversar, como una cata o una comida especial, capaz puede estar bueno. Pero tendría que estar todo muy bien cuidado para que no se vuelva incómodo.

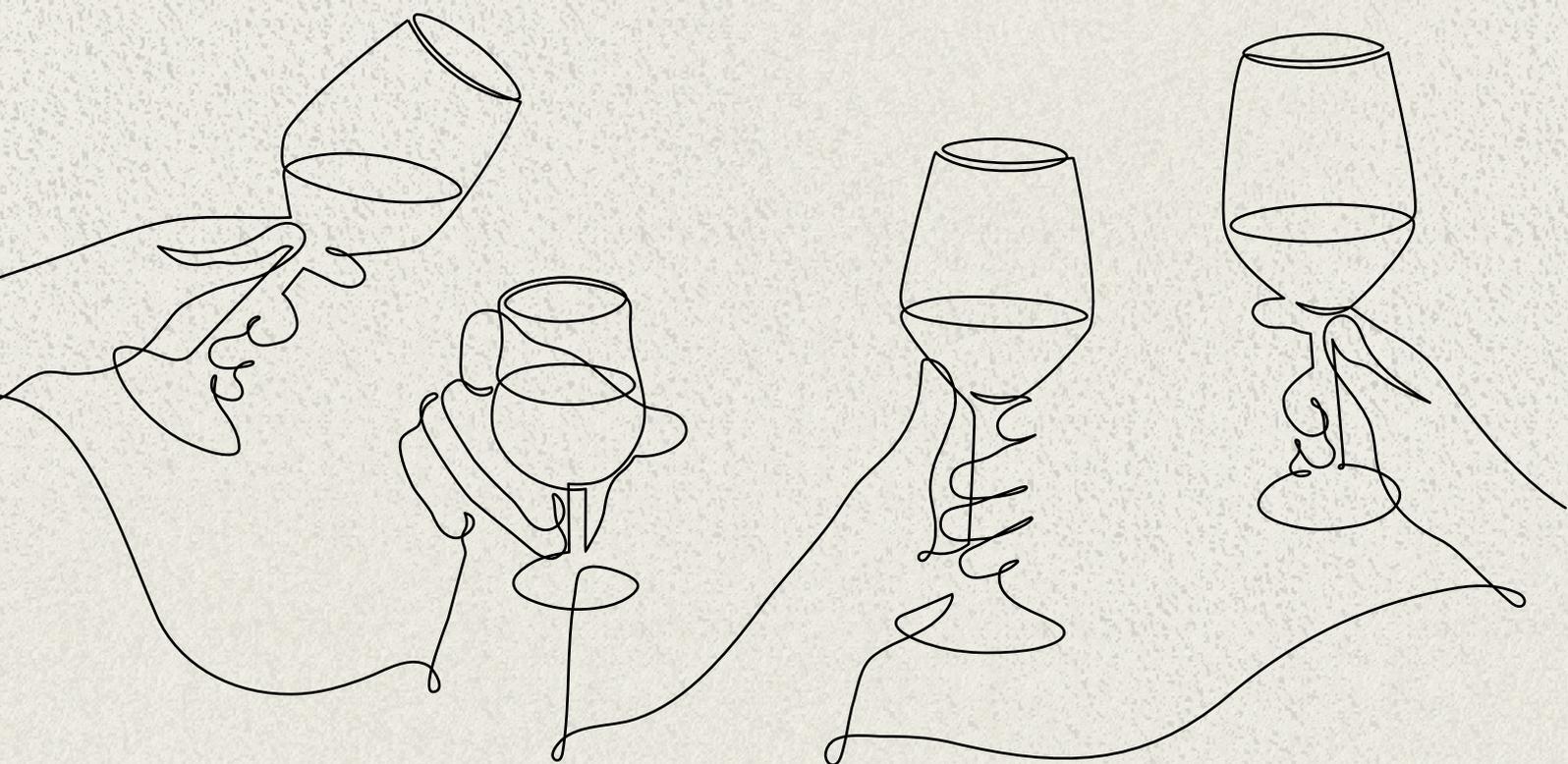
¿Qué necesitarías para sentirte más seguro o tentado a participar?

Diego: Que la propuesta sea muy clara. Saber exactamente qué va a pasar, cuánto dura, si puedo irme antes si no me siento cómodo, cosas así. También me ayudaría si puedo ir con alguien, aunque sea un conocido, no solo. O si hay un espacio para estar más tranquilo, sin tanta presión social.

¿Creés que este tipo de eventos pueden funcionar en Montevideo?

Diego: Puede ser. Montevideo es chico, pero hay gente con ganas de hacer cosas distintas. Para mí, no es algo que haría seguido, pero sé que hay público para eso. Si el ambiente es relajado, si no se siente forzado, capaz algún día me animo a probar.

TERTULIAS montevideanas



10/04

COMPARTIR - DEGUSTAR - DESCUBRIR

BAR FINISTERRE

20 - 23 HS.

José Enrique Rodó 1799

MONTEVIDEO, URUGUAY

TERTULIAS montevideanas

Descuento especial para la edición de Tertulias que elijas

Válido hasta el 31/12/2025

30%
OFF



TERTULIAS montevideanas

Descuento especial para la edición de Tertulias que elijas

Válido hasta el 31/12/2025

30%
OFF



TERTULIAS montevideanas

Descuento especial para la edición de Tertulias que elijas

Válido hasta el 31/12/2025

30%
OFF



TERTULIAS

montevideanas

ENTRADA

Especificar plato y bebida

MENÚ PRINCIPAL

Opción 1

MENÚ PRINCIPAL

Opción 2

MENÚ PRINCIPAL

Opción 3

POSTRE

Opciones de postre, café o té

