

# Ping Heng: *Vajilla para Menú Personal en Chifas*

Laura Salcedo (laura.salcedo@pucp.pe), Miguel Torres (miguela.torresm@pucp.pe),  
Juan Montalván

*Diseño Industrial, Pontificia Universidad Católica del Perú.*

---

## Abstract

La comida Chifa en el Perú se generó gracias a la inmigración de ciudadanos chinos al país, en los siglos XIX y XX. Como resultado de este cruce cultural se llegó a la mistura de platos chino-peruanos, más conocido como Chifa. Los restaurantes donde se sirve esta comida también son llamados Chifas, y estos suelen tener un lenguaje formal arquitectónico bastante definido con ciertos elementos icónicos recurrentes, sin embargo, la vinculación y concordancia entre el diseño de la vajilla actual en estos Chifas y su trasfondo intercultural es un campo paradójicamente poco explorado y estudiado. En este artículo se aborda esta problemática desde el análisis y reconceptualización de la vajilla empleada para servir el set de platos más popular en estos restaurantes, conocido como el Menú de Chifa. La cantidad de platos empleados en la distribución de la comida sobre la mesa de un chifa promedio. Empleando métodos etnográficos de recolección de data sobre el contexto específico, estudios de diseño participativo junto con usuarios finales con trasfondos culturales chinos y peruanos para el proceso de reconceptualización, y estudios de validación de la propuesta conceptual en términos socio-culturales, estético-formales y usabilidad, se planteó una propuesta que permitiera a los comensales disfrutar de una experiencia culturalmente sensible a la hora de comer Chifa.

**Palabras clave:** Chifa, vajilla, interculturalidad chino-peruana, diseño y cultura, gastronomía peruana

## Introducción

En los siglos XIX y XX la inmigración de ciudadanos chinos tuvo su época de auge, lo que trajo como resultado la mistura de la comida china con las tradiciones peruanas. Este sincretismo llevó a la creación de platos bandera como el lomo saltado, sin embargo; también facilitó la popularización del denominado Chifa. Este tipo de comida se caracteriza por la mezcla de sabores e ingredientes de origen chino y los métodos de cocina peruanos generando una amplia variedad de platillos comunes a los restaurantes que reciben el mismo nombre.

La cultura gastronómica es de suma importancia para la sociedad peruana porque abarca no sólo aspectos culturales (de identidad nacional e idiosincrasia) sino que también, aspectos nutricionales (relacionados a la salud). De este modo, la influencia china en la gastronomía nacional y la popularidad de la “cultura chifa” tienen un alcance mayor al origen de los insumos utilizados para su preparación. Por otro lado, la comida en el contexto chino tiene un aspecto social y religioso en el que se pueden observar distintos simbolismos atribuidos a algunos alimentos específicos. Así, existen utensilios como los palillos chinos o la “duck spoon” (o “cuchara de chifa”, al no tener una traducción literal al español) directamente ligados a la cocina oriental y al acto de comer, que parecen encontrar un balance entre funcionalidad, forma y cultura e incluso están presentes cuando se trata de comida china en el mundo.

Después de realizar observaciones in situ en algunos “chifas” limeños, lo que se ha podido destacar es la poca o nula relación cultural entre la vajilla ofrecida y los alimentos que presenta y una cantidad excesiva e innecesaria de platos utilizados para un almuerzo promedio; aspecto que dificulta la

manipulación de los objetos e incómodo para los comensales. Este es el problema principal en el que se centra esta propuesta.

### **Comportamiento Alimenticio y Comida China**

La gastronomía de un país involucra varios aspectos. El nutricional; relacionado con el carácter de los insumos y el impacto en la salud de aquellos que los consumen. Si los productos son nativos de un área geográfica determinada, se puede decir que la locación física influye directamente en la nutrición de sus habitantes. El aspecto sociocultural; en el que comer forma parte de una amplia variedad de rituales cotidianos que implican una interacción social (desayunos, almuerzos, cenas) así como celebraciones comunes y religiosas. Asimismo, la cocina puede ser emblemática y volverse un referente de identidad de un grupo social específico. Entonces, se afirma que el entorno sociocultural influye en la nutrición y “comportamiento alimenticio” (cómo se consumen los alimentos) de sus habitantes.

El caso de la comida china per sé es interesante, un ejemplo puede ser que en el aspecto sociocultural se atribuyen variados simbolismos a alimentos específicos (Ma, 2015): *“Los jínjoles significan que las parejas tendrán hijos pronto; las nueces, conocidas como frutos de la longevidad, significan longevidad; las naranjas y castañas significan buena suerte; las tortas de arroz, año de promoción; las algas son homónimo de riqueza; los fideos son largos, lo que significa salud y longevidad; y los tang yuans (bolas de arroz glutinoso), significan que la familia permanecerá unida.”* (p. 197)

O como también señala Balbi (1999): *Los cambios de estación, el agradecimiento a los dioses, los cumpleaños y las fiestas familiares; todo se celebra comiendo. La comida es importante incluso para los difuntos. Los culíes, aunque pobres, no podían quedar fuera de esta cotidiana realidad.* (p.14)

El entorno cultural también comprende la forma en la que los alimentos son servidos. Usualmente la comida se ubica en el centro de la mesa para que los miembros de la familia puedan servirse, y no se come hasta que todos estén presentes. Existen variaciones a lo largo de toda la región, pero lo que se mantiene es ese concepto, porque al cenar en grupo se comparten tanto los alimentos, como la atmósfera y la cultura.

### **Breve Historia del Chifa**

El fuerte fenómeno migratorio proveniente en su mayoría de la provincia de Cantón, en China dado en el siglo XIX, trajo al Perú un sinnúmero de inmigrantes chinos, conocidos como “culíes”. Ellos llegaron como mano de obra por la demanda existente en diversos sectores económicos. Los culíes debían firmar un contrato que les permitía salir de China y trabajar en Perú a cargo de un patrón por un plazo de 8 años, luego de los cuales dicho contrato concluía y el trabajador obtenía una constancia.

La fusión de ambas culturas se dio progresivamente. Según Rodríguez (2006), pueden identificarse tres modalidades en las que la cultura china impactó en la gastronomía peruana silenciosamente. En primer lugar, los descendientes directos de inmigrantes, en su mayoría mestizos, adoptaron varias maneras y tradiciones de la culinaria cantonesa (por ejemplo, el hombre usualmente cocinaba). En segundo lugar, la vasta presencia de trabajadores chinos como sirvientes domésticos fue influyente en la formación educativa y personal de más de una generación. Finalmente, la aparición de las primeras fondas: lugares donde se brindaba hospedaje y alimento, pavimentaron el camino para los que hoy en día se conocen como “chifas”.

La popularización de los chifas es tanto una causa como una consecuencia de la “peruanización” de la comida china y la “chinización” de la comida peruana. Rodríguez (2006) señala que *“la «peruanización» de este plato (arroz chaufa) ha llegado a tal punto que a veces se come con ají, y hasta hay recetas de chaufa de quinua, donde el arroz se reemplaza por este nutritivo cereal andino.”* Por otro lado *“la «chinización» de los peruanos en la comida es el amplísimo consumo de arroz, como*

parte de la continuación de las costumbres de los culíes de las haciendas.” Rodríguez (2006) finalmente agrega: “Tradicionalmente, los chifas servían sus platillos en fuentes, de las cuales los comensales tomaban lo que deseaban: unos comían con palillos y la mayoría, con tenedor. Ahora han surgido y se han expandido en los chifas los menús con platos de consumo personal.” (p. 86)

Otra de las muestras más significativas de cómo la gastronomía china ha sido recibida en el Perú es la inminente presencia de Inca Kola como acompañamiento. A pesar del té ofrecido a los comensales limeños desde finales del siglo XIX e inicios del XX, la aparición de la bebida gaseosa en 1935 logró reemplazarlo. Las causas no son claras, pero en la actualidad, chifa e Inca Kola son casi sinónimos. (Balbi, 1999)

### **El Rol de la Vajilla**

La vajilla cumple una primera función: contener cual sea el alimento requerido. Sin embargo, una función derivada de la primera también es presentar (Cooksters, 2017). Es importante que exista una coherencia entre los alimentos preparados y el plato que los contiene; puede darse entre la procedencia de la receta y el aspecto de la vajilla; o el carácter físico del alimento y la función que debe desempeñar la loza. (GastroMarketing, 2017). El objetivo del diseño de vajilla es, finalmente, conseguir un producto capaz de complementar y potenciar la experiencia de comer (Hortelano, 2015), ejemplos a continuación:

#### **Vertical Food - Jorge Herrera, Quique Barella, Arturo Mora**

Esta propuesta consta de tres niveles, que permiten al comensal disfrutar de una “evolución en la experiencia de degustación”. (Jorge Herrera, Quique Barella, 2015). Ver figura 1.

#### **Fugu - Gallega Design**

“Desarrollamos Fugu como un juego de los sentidos, este contenedor sorpresa advierte, con el aroma que desprende el plato por los orificios irregulares de su tapa, lo que puede llegar a contener sin descubrirlo. Sus formas amables, orgánicas y sutiles recuerdan a un ser marino y encierran sabores potentes, yodados y tiernos: atún ahumado, habitas tiernas y jugo de algas. Es una pieza torneada a mano con textura propia del material, gres con chamota, reivindicando lo rústico, en contraste con lo sutil. Un contraste presente tanto en el contenedor como en el contenido.” (Design, 2015) Ver figura 1.



**Figura 1**

(Izquierda: Vertical Food. Fuente: <https://www.apicius.es/noticias/10099/fusion-de-chefs-disenadores-y-artesanos-en-diseno-al-plato> - Derecha: Fugu. Fuente: <http://www.jorgeherrera.es/en/portfolio/diseno-al-plato/>)

Los ejemplos mencionados anteriormente están enfocados en crear o potenciar la experiencia de la alta cocina balanceando forma y función con conceptos variados; sin embargo, podrían estar

diseñados de esta forma a causa de su elevado costo, o porque los restaurantes de alta gama están más dispuestos a invertir en las experiencias que ofrecen a sus comensales. Así, no se ha encontrado aún alguna propuesta pensada para el público en general.

“Ping Heng” está pensado para los menús personales ofrecidos en los chifas, que suelen ser los de mayor consumo por el público peruano. De esta manera, se busca ofrecer al comensal una experiencia distinta a la hora de consumir chifa, que pueda identificarlo como una vajilla inspirada en la cultura chino-peruana, a la vez que se optimiza el espacio reduciendo el número de platos y facilitando el trabajo de los empleados del establecimiento.

### ***Diseño del Estudio***

Para este proyecto se llevaron a cabo 3 estudios. Un contextual inquiry, una sesión de diseño participativo y un estudio de validación.

### ***Contextual Inquiry***

Los objetivos de esta primera metodología fueron poder comprender la relación de los usuarios con el objeto de estudio, en este caso, de trabajadores y comensales con la vajilla utilizada para un menú personal en un chifa; así como los lazos establecidos entre ambos actores a través de dichos objetos. Por último, se buscó identificar problemas de funcionalidad que dificulten la experiencia de comer en estos restaurantes.

Para elegir el restaurante donde se iba a realizar el estudio, se buscó uno ubicado en una zona que no concentre un tipo de usuario en específico (p. ej. un chifa ubicado frente a un centro educativo concentraría usuarios de perfiles similares). El estudio se dividió en tres: una etnografía rápida; arqueología del comportamiento y una entrevista rápida. De la misma manera, se realizaron dos “pilotos”. La primera fase consistía en ordenar un menú personal para poder analizar la forma en la que era presentado, observar la cantidad de platos utilizados y cómo eran distribuidos. Para la segunda fase se observó la disposición y distribución de los objetos en las mesas para poder entender la forma en la que habían sido utilizados. Por último, se entrevistó a uno de los meseros para saber cuáles eran los pasos que seguía para llevar la comida a las mesas y si había identificado algún inconveniente o algo en relación a la vajilla que dificulte su trabajo. Los pilotos se realizaron por separado y previamente al estudio principal. La actividad tuvo lugar el jueves 27 de setiembre del año 2018 a las 12:30 pm, en el Chifa Wu, ubicado en Jesús María. Se tomaron fotografías y se hizo una grabación de audio la entrevista realizada al trabajador del restaurante.

### ***Diseño Participativo***

Este método de investigación fue fundamental debido a la gran carga cultural que tiene el chifa en el Perú. El objetivo principal fue poder comprender los aspectos culturales relacionados al comportamiento alimenticio chino - peruano y la forma en la que se traducen a la dinámica de los chifas en la actualidad. Es por esta razón que los participantes del estudio tenían que cumplir un único requisito: ser tusanés (o descendientes de chinos en el Perú).

Durante el estudio se realizaron dos actividades: un diagrama de afinidad a cargo de los participantes y un “speed dating” en el que tanto los participantes como los moderadores pudieron desarrollar en cooperación cuatro productos cerámicos enfocados en el chifa. Asimismo, hubo una introducción al principio y una ronda de reflexiones al final de la sesión.

La actividad tuvo lugar el jueves 25 de octubre del 2018 en la sala de profesores de la facultad de arte de la PUCP, con una duración de 1 hora y media. Se tomaron fotografías, se grabó audio de toda la sesión y se realizaron dibujos en conjunto.

Para la primera mitad de la actividad, los participantes y moderadores estuvieron dispuestos alrededor de una mesa baja frente a una pantalla en la que se proyectaron imágenes que formarían parte del moodboard a realizarse. Luego de eso se les entregó las imágenes impresas y se les pidió que las organicen en conjunto según su propio criterio. Dichas imágenes fueron pegadas en una pizarra respetando el orden establecido por los participantes.

Durante la segunda fase, los moderadores y participantes se sentaron en círculo e intercalados entre tusanos y peruanos para que el resultado sea variado y balanceado. Se entregaron 4 hojas formato A3 y se pidió a los participantes dibujar en dos minutos una propuesta de objeto cerámico para alguna comida chifa; enseguida las hojas debían ser pasadas al compañero de la derecha, quien debía plantear una propuesta de color para el producto dibujado. Luego de eso, el siguiente participante tendría que proponer una finalidad de carácter imaginario pero útil para este objeto y finalmente, el último participante tendrá que sugerir un producto complementario para la propuesta. Terminada la ronda, se obtendrían 4 propuestas distintas co-diseñadas por todos los presentes.

En este caso, los moderadores cumplirían también el rol de participantes para co-diseñar con los asistentes.

### ***Estudio de Validación***

Esta fue la última actividad realizada junto con los usuarios finales del producto. El objetivo fue conocer y comprobar la manera en la que sería recibido el set de vajilla para menú personal diseñado. Se presentaron dos propuestas de set para las cuales se buscó validar aspectos formales como: la distribución de los platos sobre la mesa, el concepto y paleta de color.

Los participantes fueron cuatro personas que consumieran menús personales en un chifa regularmente. Se realizaron las actividades por separado con los dos primeros y en conjunto con los dos últimos, porque se considera que, al ser una propuesta para menú personal, la cantidad de personas que lo consumen no puede exceder a dos (siendo tres personas a más, los chifas ofrecen opciones “familiares” más accesibles).

Los participantes debían sentarse en una mesa de tamaño similar a las que existen en los chifas sobre la cual se les presentaron, en primer lugar las siluetas de los platos que conforman el set y posteriormente las imágenes en render de la apariencia final del producto. Al principio se daba una introducción a cada participante, explicando el objetivo del estudio y las actividades a realizar y al finalizar se pedían apreciaciones y sugerencias sobre las propuestas.

Durante la primera actividad, los participantes tuvieron que disponer las siluetas de los platos por criterio propio y explicar la razón por las que estaban dispuestas de tal manera. Para la segunda actividad, se les dio a conocer los conceptos asociados a las propuestas y se les pidió que los asocien a los sets presentados y expliquen qué aspectos los habían llevado a establecer dichas relaciones. Por último, se les preguntó a los participantes cuál era el set de su preferencia y por qué.

El estudio se llevó a cabo el 15 de noviembre del 2018 en la Facultad de Arte y Diseño de la PUCP, con una duración de 15 minutos por entrevista.

Se cortaron siluetas de los platos que conforman cada set a escala real; del mismo modo se realizaron renders de cada plato y del cada set para mostrar a los participantes durante el estudio.

### ***Estrategias de Análisis***

Seguido de eso, se analizó los resultados de la segunda mitad tratando de comprender los objetos propuestos desde su materialidad y cómo la forma planteada responde a la función que se le atribuye y facilita el uso de usuarios potenciales; y el valor emocional, asociado a la cultura alimenticia china y manifestado en los colores y formas de cada una de las propuestas.

Finalmente, los resultados del estudio de validación también fueron analizados desde el enfoque de la materialidad y el valor emocional. En primer lugar, porque la distribución que cada participante proponga para los platos de un mismo set permitirá comprobar si su forma facilita su uso, y a la vez descubrir nuevas opciones aplicables al producto en desarrollo. El enfoque emocional estará relacionado al concepto de cada set presentado durante el estudio y a la paleta de color, se comprobará si ambos aspectos facilitan que los usuarios asocien el producto a la cultura china y hasta qué punto el mensaje es comunicado de forma efectiva.

Por último, se realizó una triangulación de resultados de los tres métodos de investigación aplicados para poder reforzar o descartar la información recogida en total. De la misma manera, esta estrategia permitió el desarrollo de las primeras propuestas de diseño a validar y también sirvió de ayuda para las modificaciones necesarias para llegar a un resultado final satisfactorio.

## Resultados y Discusión

### Contextual Inquiry

El primer estudio realizado fue el Contextual Inquiry el cual sirvió para identificar la problemática que consistía en una excesiva cantidad de platos en la mesa; y comprender el funcionamiento del restaurante como sistema. El estudio se realizó entre dos personas. A partir de la observación in situ, y la entrevista realizada al trabajador del restaurante pudimos comprobar lo siguiente:

Por medio de un diagrama (ver figura 2) se determinaron las relaciones entre actores en el sistema y la forma en la que se establecían. Así, se identificaron tres actores: propietarios, trabajadores y comensales, que se interrelacionaban de distintas maneras. Los propietarios y los trabajadores establecían el funcionamiento del restaurante como sistema y tenían una relación directa. De la misma manera, los trabajadores y comensales tenían una relación directa y entre ellos se daba el intercambio de valores y beneficios en el sistema. Por último, los propietarios y comensales no establecían una relación directa, pero se notó que los primeros emitían un mensaje cultural (voluntaria o involuntariamente) hacia los segundos, por medio del servicio ofrecido. La entrevista realizada al trabajador permitió establecer la secuencia de pasos que sigue la comida desde que es preparada hasta que es entregada a los comensales. Dicha secuencia es repetitiva: en primer lugar, el cocinero prepara la comida, para que un asistente la sirva en los platos designados, en seguida, un mesero los lleva a la mesa y los retira para que finalmente el asistente los lave; comenzando la secuencia desde el principio. Asimismo, el entrevistado reconoció la cantidad excesiva de platos, la dificultad de distribuir los platos en la mesa y el desplazarse por el local debido al reducido espacio y la falta de personal. Por otro lado, se hizo un conteo de los objetos sobre la mesa con un total de trece, en un área de un metro cuadrado destinados a un almuerzo para tres personas (figura 3). Finalizando el estudio se realizó un diagrama de afinidad a partir de los conceptos y problemáticas observados. Todos los enunciados se agruparon en cinco categorías: platos, escenario, defectos del escenario, qué ofrece y personal; que a su vez se dividieron en dos: actantes y actores.



**Figura 2**

(Izquierda: Diagrama de relaciones establecidas – Derecha: Modelo de secuencia

Fuente: Propia)



**Figura 3**

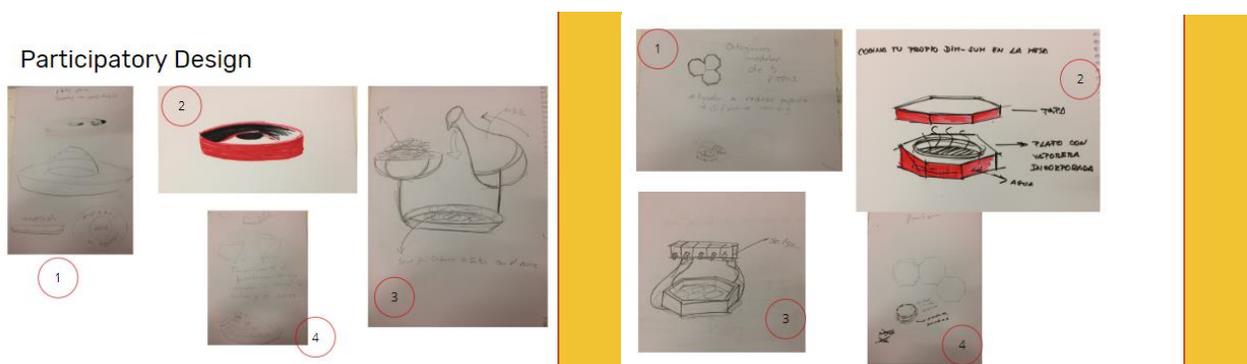
(Excesiva cantidad de platos utilizados para un almuerzo. Fuente; Propia)

### **Diseño Participativo**

Las dos actividades realizadas durante la sesión de diseño participativo sumadas a la extensa charla con los participantes dejaron resultados importantísimos para la investigación. Sin embargo, cabe recalcar que al ser tusanes (descendientes chinos en el país) ellos no eran el usuario objetivo del producto en desarrollo, pero el conocimiento de primera mano que ellos manejan de la cultura y sobre todo del comportamiento alimenticio chino fue fundamental para poder delimitar el trasfondo cultural del set de platos de manera adecuada y respetuosa.

La primera actividad fue la realización de un moodboard/diagrama de afinidad con imágenes previamente seleccionadas por los moderadores y organizadas por los participantes. Se formaron seis grupos, y el criterio escogido por los asistentes fue el lugar de procedencia de cada imagen, lo que denota la facilidad que ellos tenían para reconocer las diferencias que existían entre ellas. De esta forma, las categorías fueron: peruano, chino-peruano, chino, japonés, coreano y francés. A partir de este primer resultado se pudo seleccionar las categorías que ayudarían al desarrollo de la propuesta y descartar las que no. La segunda actividad fue un “speed dating” (ver figura 4) en el que cada participante planteó una propuesta que fue complementada por los otros tres. Los moderadores y participantes estuvieron intercalados, para observar el posible contraste entre las propuestas de tusanes y peruanos.

Tres de cuatro propuestas plantearon una misma vajilla para un plato en específico, mientras que solo se llegó a una propuesta modular. Esto puede deberse a que, en la gastronomía china, un solo platillo puede servirse en varias piezas de vajilla. Algunas de las propuestas de color también resultaron inapropiadas por ir en contra de las creencias chinas.



**Figura 4**

(Propuestas planteadas. Fuente: Propia)

Lo valioso de este estudio fue que el conocimiento de los tusanes delimitó los requerimientos en materialidad, usabilidad y forma para el diseño; pero también planteó la necesidad de traducir esa información a un plato dirigido a un público peruano que comunicara la influencia de la cultura china de una forma perceptible, enriqueciendo la experiencia de comer en un chifa.

### **Estudio de Validación**

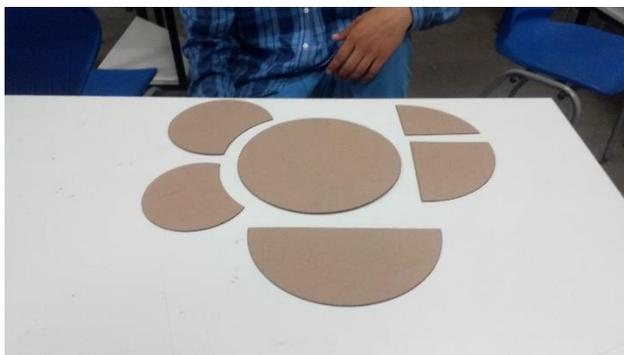
El último estudio se realizó con consumidores frecuentes de chifa de procedencia peruana y por separado. Se presentaron dos propuestas de sets, el primero era una composición cerrada de tres platos inscritos en un círculo y la segunda también constaba de tres platos, pero de una composición más abierta (ver figura 5).



**Figura 5**

(Izquierda: Propuesta 1 – Derecha: Propuesta 2. Fuente: Propia)

En primer lugar, se les pidió ordenar siluetas a escala real de los platos que conformaban cada set, para ver si podían inferir correctamente la disposición propuesta. Los participantes lograron inferir con éxito la disposición de los sets en base a las siluetas, pero también propusieron distribuciones en base a la forma en la que ellos comen (ver figura 6).



**Figura 6**

(Distribución en base a siluetas. Fuente: Propia)

Luego de la primera actividad, se les mostró a los participantes las imágenes de cómo lucirían los sets y se les pidió identificar los conceptos relacionados a cada uno: balance e integración. Los resultados fueron variados, la mitad de los participantes asoció un concepto a un set y la otra mitad, eligió otro concepto para el mismo set; sin embargo, cada uno sustentó las elecciones que había hecho. Finalmente, al preguntarles cuál era el set de su preferencia todos escogieron el segundo, cuyo concepto era balance. Algunas de las razones fueron que consideraban que la distribución abierta les permitía alcanzar todo lo servido de la misma forma, les agrada que el set no luce incompleto si falta una pieza; y la forma del plato principal y secundarios permitiría añadir más, de tal forma que el set puede crecer y no limitarse a un número. El color también fue bien recibido, los usuarios lo asociaron a la cultura china pero también sugirieron añadir figuras alusivas. El resultado final se aprecia en la figura 7.



**Figura 7**  
(Propuesta final. Fuente propia)

### **Conclusiones**

En conclusión, la problemática que observamos gracias al Contextual Inquiry era la mala distribución de los platos sobre la mesa y la excesiva cantidad de estos, aparte que no se percibía la esencia de la cultura china. La sesión de diseño participativo permitió ampliar el conocimiento acerca de la cultura asiática, acercando los conceptos que se tenían que manejar para poder entender ambas culturas y actuar como intermediarios, pensando en la problemática y cómo solucionarla. Finalmente, con el estudio de validación se pudo tener la apreciación de usuarios finales, los cuales no tenían ninguna relación con la cultura asiática y el resultado fue satisfactorio. Existieron dificultades en el estudio, pero en líneas generales las hipótesis fueron válidas.

### **Limitaciones y Trabajo a Futuro**

Una de las primeras limitaciones que se presentaron en el desarrollo de este estudio fue durante la aplicación de la sesión de diseño participativo, debido a que, a pesar del vasto conocimiento que manejaban los participantes, ellos no constituían el público objetivo. Esto, sin embargo, no desmerece ni reduce la importancia de haber realizado este estudio; pero sí delata la necesidad de realizar uno adicional con los usuarios finales.

En segundo lugar, no se pudo validar un prototipo funcional para el último estudio, ya que los hornos de cocción del taller de cerámica no se encontraban operativos durante esas fechas, por esto se tuvo que hacer una aproximación de la forma con cartón, lo que impidió colocar comida sobre él.

Otra limitación podría ser el hecho de que el producto debía ser necesariamente cerámico; reduciendo las opciones de explorar distintos materiales que también podrían haber cambiado el carácter de la propuesta siguiendo el mismo objetivo.

### **Agradecimientos**

Queremos dar un especial agradecimiento a todas las personas que participaron en este estudio, al personal del restaurante por su amabilidad y buena disposición para la entrevista. A los tusanés que formaron parte de la sesión de diseño participativo porque le dieron forma y encaminaron esta propuesta. A los amantes del chifa, por sus sugerencias y la acogida que le dieron a este set. Y en especial a nuestro profesor, Juan Montalván, por su asesoría y paciencia.

## Bibliografía

1. Ma, G. (2015). Food, eating behavior, and culture in Chinese society. *Journal of Ethnic Foods*, 2(4), 195–199. <https://doi.org/10.1016/j.jef.2015.11.004>
2. Balbi, M. (1999). *Los Chifas en el Perú*. Lima.
3. Rodríguez, H. (2006). La Pasión por el «Chifa». *Nueva Sociedad*, 203.
4. Cooksters, T. (2017). La importancia del buen emplatado. Cuatro técnicas determinantes. Retrieved from <https://www.thecooksters.com/blog/trucos-consejos/emplatado-tecnicas-determinantes/>
5. GastroMarketing. (2017). ¿ES IMPORTANTE EL DISEÑO DE LA VAJILLA DE NUESTRO RESTAURANTE? Retrieved from <https://www.gastromarketing.org/importante-diseno-la-vajilla-restaurant/>
6. Jorge Herrera, Quique Barella, A. M. B. (2015). Vertical Food. España. Retrieved from <http://www.jorgeherrera.es/en/portfolio/diseno-al-plato/>
7. Design, G. (2015). Fugu. Retrieved from <http://gallegadesign.com/portfolio/fugu/>
8. Hortelano, M. (2015). FUSIÓN DE CHEFS, DISEÑADORES Y ARTESANOS EN “DISEÑO AL PLATO.” Retrieved from <https://www.apicius.es/noticias/10099/fusion-de-chefs-disenadores-y-artesanos-en-diseno-al-plato/>