



uola

ESCUELA DE TECNOLOGÍAS

MENÚ FOTO-ILUSTRADO DEL RESTAURANTE “LOS PINCHOS DE PAME”  
UBICADO EN LA CIUDAD DE “QUITO”

AUTOR  
Edison Paúl Cabascango Alba

AÑO  
2021



ESCUELA DE TECNOLOGÍAS

Menú foto-ilustrado para el restaurante “los Pinchos de Pame”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos  
Para optar al título de Tecnólogo en Animación Digital Tridimensional.

Profesor Guía  
Ricardo Moreno

Autor  
Edison Paúl Cabascango Alba

Año  
2021

## DECLARACION DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, MENÚ FOTO-ILUSTRADO DEL RESTAURANTE “LOS PINCHOS DE PAME”, del estudiante Edison Paúl Cabascango Alba, en el sexto semestre, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.



---

Ricardo Enrique Moreno Andrade  
Licenciado en Ilustración y Animación Digital

Ci: 1714353388

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, MENÚ FOTO-ILUSTRADO DEL RESTAURANTE “LOS PINCHOS DE PAME”, a través de reuniones periódicas con el estudiante Edison Paúl Cabascango Alba, en el sexto semestre, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



---

Ricardo Enrique Moreno Andrade

Licenciado en Ilustración y Animación Digital

Ci: 1714353388

**DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”



---

Edison Paúl Cabascango Alba

Ci: 1723585533

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a mis padres y hermanos que son  
El pilar fundamental que me motivaron  
Siempre a seguir mis sueños y cumplir  
Mis metas.

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a mis padres y hermanos  
Que gracias a ellos siempre han estado  
Apoyándome en todas las decisiones  
Que he tomado.

## RESUMEN

This project proposes the development of a photo-illustrated menu, whose purpose is to expose in a creative and visual way, all the gastronomic offer of the restaurant "Los Pinchos de Pame".

To develop this purpose, it will resort to the application of photographic and digital techniques, which are projected to show in an attractive way, the exquisiteness of each dish. In the same way, the execution of a study on advertising and editorial design of gastronomic publications at present is of the utmost importance, to demonstrate a high impact compositional and communicational level. With this, the photo-illustrated menu seeks to connect with customers in a much more sensory way, awakening their appetite and therefore improving their experience during the selection of delicacies that the establishment offers. Which obviously also has to influence the sales margin to some extent.



## **ABSTRACT**

This project proposes the development of a photo-illustrated menu, whose purpose is to expose in a creative and visual way, all the gastronomic offer of the restaurant "Los Pinchos de Pame".

To develop this purpose, it will resort to the application of photographic and digital techniques, which are projected to show in an attractive way, the exquisiteness of each dish. In the same way, the execution of a study on advertising and editorial design of gastronomic publications at present is of the utmost importance, to demonstrate a high-impact compositional and communicational level. With this, the photo-illustrated menu seeks to connect with customers in a much more sensory way, awakening their appetite and therefore improving their experience during the selection of delicacies that the establishment offers. Which obviously also has to influence the sales margin to some extent.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
-------------------	---

### Capítulo I (El Problema)

1.1. Planteamiento del Problema .....	2
1.1.1. Formulación del Problema.....	3
1.1.2. Preguntas directrices.....	3
1.2. Objetivos.....	4
1.2.1. Objetivo General.....	4
1.2.2. Objetivos específicos.....	4
1.3 Justificación.....	4
1.4 Alcance.....	5

### Capítulo II (Marco Teórico)

2.1. Antecedentes.....	6
2.2. Fundamentación Teórica.....	10
2.3. Definición de Términos Técnicos.....	38
2.4. Fundamentación Legal.....	39

### Capítulo III (Metodología)

3.1. Diseño de la Investigación.....	42
3.2. Grupo Objetivo.....	42
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
3.4. Técnicas para el procesamiento de datos .....	43
3.5. Caracterización de la propuesta.....	43

## Capítulo IV (Propuesta)

4.1. Recursos.....	48
4.1.1. Recursos Humanos.....	48
4.1.2. Recursos Técnicos.....	48
4.1.3. Recursos Materiales.....	49
4.1.4. Recursos Económicos.....	49
4.2. Presupuesto de Gastos.....	49
4.3. Costo Total de Producción.....	51
4.4. Cronograma.....	51

## Capítulo V (/Desarrollo del producto Audiovisual)

5.1. Etapa de Pre-producción.....	52
5.1.1. Briefing.....	52
5.1.2. Moodboard.....	53
5.1.3. Layout.....	54
5.2. Etapa de Producción.....	54
5.2.1. Fotografía.....	55
5.2.2. Diseño.....	55
5.2.3. Maquetación.....	58
5.3 Etapa de Post-producción o terminados.....	66
5.3.1. Definición de Soportes.....	66
5.3.2. Pruebas de impresión.....	67
5.3.3. Impresión final y armado.....	58

## Capítulo VI (Conclusiones y Recomendaciones)

6.1. Conclusiones.....	68
6.2. Recomendaciones.....	68

Referencias Bibliográficas.....	70
Anexos.....	72

## INTRODUCCIÓN

La inercia en la administración continua de un negocio relacionado a la producción gastronómica, a menudo mantiene a muchos establecimientos enfocados en mantener la calidad de sus platillos. No obstante, paralelamente olvidan renovar su aspecto visual, el cual se va estancando al punto de verse anticuado, básico o incluso descuidado, lo que va en detrimento de una buena imagen, con la cual se busca mejorar la percepción de la clientela; y que evidentemente influye de manera poderosa tanto en su apetito; como en la concurrencia al restaurante.

Cabe destacar que la proliferación de redes sociales como Instagram, Tiktok y otras, ha generado un sinfín de publicaciones que resaltan específicamente lo apetitoso de un buen platillo, pero también la personalidad de cualquier restaurante que no deja al azar ningún detalle en el cuidado de su imagen y evidentemente la carta de presentación de todo establecimiento empieza en la estética de su respectivo menú.

Por lo cual, el objetivo de este proyecto radica en rediseñar la carta gastronómica de uno de los restaurantes más concurridos del norte de la ciudad, llamado: Los Pinchos de "Pame", para ello se plantea como propuesta creativa, el diseño de un menú-foto ilustrado. Sin embargo, la consecución de este cometido, sólo es posible si se desarrollan algunas acciones que van desde la investigación integral de la problemática, así como del "know-how" de producción. Esto permitirá alcanzar un nivel de composición altamente estético; que enfatice la exquisitez de cada platillo, así como la personalidad del establecimiento, evidenciando un factor comunicacional de gran legibilidad.

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA

#### 1.1 Planteamiento del Problema

Hoy en día, muchos restaurantes de Quito, desconocen la manera más efectiva para presentar visualmente su carta, por lo que, buena parte de ellos comparte un diseño genérico, que vagamente comunica cierta información, pero que no contribuye a mejorar la experiencia del cliente. Y lamentablemente en muchos restaurantes, conocidos por su comida típica, es posible evidenciar estas circunstancias.

Un ejemplo de ello, se puede apreciar al visitar el restaurante “Los Pinchos de Pame”, lugar que aunque es muy conocido por sus abundantes platillos y deliciosas carnes a la parrilla. Por otro lado, no destaca por el diseño de su menú, lo cual genera un desbalance en la impresión global del cliente, al entender la visita gastronómica como una experiencia memorable y no como un simple acto cotidiano. En ese sentido, cada vez son más los restaurantes que durante las últimas dos décadas han iniciado un camino de renovación; transmutando el servicio al cliente en una realidad enorme satisfactoria y cada vez más difícil de emular a nivel visual.

De no tomar acciones al respecto, es posible que “Los Pinchos de Pame” empiece a experimentar un proceso de estancamiento y reducción en la afluencia de visitantes, quienes posiblemente opten por establecimientos con una fuerte personalidad y un manejo más holístico del servicio al cliente.

#### 1.1.2 Formulación del Problema

Es importante establecer que aunque hasta el momento, el restaurante “Los Pinchos de Pame” tiene una gran fortaleza en su oferta gastronómica, todavía no ha dado el primer paso en una iniciativa que revolucione la experiencia global del cliente. Lo

cual conlleva una renovación de su carácter visual y entre los elementos más importantes en este proceso, la carta de platillos constituye un medio fundamental de comunicación, cuyo tratamiento resulta urgente y primordial. Por lo tanto, cabe formular la siguiente interrogante:

¿Puede un menú foto-ilustrado ser una herramienta que genere interés en el cliente, despierte su apetito y profundice la experiencia de visitar el restaurante “Los Pinchos de Pame”?

Al presentar un menú foto-ilustrado, caracterizado por un diseño innovador, que enfatice visualmente la personalidad del restaurante y que sea capaz de presentar la oferta gastronómica de forma efectiva. Es probable que potencie la percepción del cliente, mejorando así su experiencia. Lo que en consecuencia aumentará su afluencia.

### **1.1.3. Preguntas directrices**

¿Qué se necesita para producir un menú foto-ilustrado?

¿Cuáles son las técnicas, herramientas y flujo de trabajo más idóneos?

¿Qué elementos visuales son necesarios para componer el producto gráfico?

¿Cuáles son los aspectos más relevantes del restaurante “Los Pinchos de Pame”?

¿De qué manera se puede evaluar el alcance de los objetivos planteados?

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo General**

Producir un menú foto-ilustrado para el restaurante “Los Pinchos de Pame”, mediante el uso de técnicas fotográficas e ilustración digital, para enfatizar visualmente la personalidad del restaurante y mejorar la experiencia del cliente.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Indagar sobre los aspectos más relevantes del restaurante “Los Pinchos de Pame”, que ayuden a establecer un brief.
- Recabar información sobre todo el conocimiento necesario que aporte profesionalmente al diseño de un menú foto-ilustrado.
- Desarrollar la etapa de pre-producción, a través de un layout que oriente a los procesos de fotografía, ilustración y maquetación de los contenidos que van a conformar al producto final.
- Producir el menú foto-ilustrado, tomando en cuenta principios esenciales del diseño como la forma y función, para garantizar un producto resistente debido al alto tráfico de lectura, pero con gran sentido estético.
- Evaluar la efectividad del menú foto-ilustrado, mediante la realización de un pequeño test dirigido a un pequeño grupo de clientes del restaurante.

## **1.3. Justificación e Importancia**

La era de la información, implica que cada emprendimiento reconfigure la manera en que lleva su negocio. En ese sentido, los restaurantes tradicionales de Quito, ubicados en barrios populares, independientemente de sus circunstancias actuales, requieren de forma inaplazable; una renovación que transforme el servicio al cliente en una experiencia inolvidable.



Y como ya se ha descrito anteriormente, uno de los primeros pasos constituye la evaluación del manejo de imagen en cada caso, para un posterior rediseño, lo cual en el caso de Los Pinchos de Pame, se verá evidenciado en primera instancia en la renovación de la carta de platillos, lo cual es un paso importante en una cadena de acciones que a mediano y largo plazo, van a potenciar el posicionamiento del restaurante y en consecuencia su crecimiento como negocio.

#### **1.4. Alcance.**

El producto a elaborar es un menú foto-ilustrado, el cual está compuesto por fotografías, gráficos y textos. Maquetados a través de un enfoque creativo y publicitario. El formato escogido para este diseño es de 21cm x 29,7cm de 20 páginas y será elaborado utilizando herramientas digitales como Photoshop para la edición de las fotografías, Illustrator para la composición e Indesign para la diagramación final. Cabe mencionar que el producto está dirigido a los moradores del Barrio de Carcelén Alto, turistas y público en general, quienes lo podrán apreciar cada vez que visiten el establecimiento. De igual manera, se plantea compartir este elemento a través de una versión que pueda ser apreciada en medios digitales.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes

- 1) En el año 2018, Bryan Fernández; estudiante de la Universidad de las Américas, de la carrera de Tecnología en Animación Digital, realizó una carta de un menú foto-ilustrado para el restaurante “El Tablón”. En su propuesta, se puede evidenciar la aplicación parcial de la técnica tradicional de puntillismo, en cada uno de sus platos típicos, que conforman la oferta gastronómica de este establecimiento ubicado en el barrio tradicional de La Floresta, del norte de Quito.



*Figura 1:* Técnica de puntillismo aplicada, para el menú del restaurante “El Tablón”.  
Adaptada de Fernández, 2018.



Figura 2: Fotocomposición para menú del restaurante "El Tablón"  
Adaptada de Fernández, 2018.

- 2) Por su parte, Juan Jo Gaspar sorprendió a sus seguidores en redes, cuando comenzó a publicar todos los días, una ilustración los platos que comía en diferentes restaurantes. Cabe mencionar que, aunque paradójicamente es desarrollador informático de profesión, su pasión por el dibujo, el diseño y la gastronomía, le ha llevado a crear '**Moleskininichi**', un proyecto que retrata los deliciosos platos que saborea. El cual da cabida desde una hamburguesa gourmet, a platillos coreanos con nombres difíciles de pronunciar.



Figura 3: Muestra del proyecto Moleskininichi,  
Adaptada de Gaspar, s.f.



Figura 4: Muestra del proyecto Moleskininichi,  
Adaptada de Gaspar, s.f.

- 3) En el año 2017, el restaurante italiano Bocatto da Fiorentino, ubicado en el Mall El Jardín de la ciudad de Quito, promociona sus ofertas de platillos calientes, postres y carta de vinos; de una manera exquisita, organizada y visualmente atractiva.



Figura 5. Interior de menú.

Adaptado de Bocatto da Fiorentino, 2018.



**CARNE, POLLO & PESCE**  
CARNE, POLLO & PESCADO

<b>POLLO</b>	Jugosa y tierna pechuga de pollo asada a fuego vivo y especias.	<b>\$10,90</b> <small>por porción</small>	<b>\$13,30</b> <small>con pan</small>
<b>POLLO CAPRESE</b>	Pechuga de pollo asada con aceite de oliva extra virgen rellena de tomate, albahaca y mozzarella.	<b>\$12,90</b> <small>por porción</small>	<b>\$15,74</b> <small>con pan</small>
<b>MILANESA DE TERNERA</b>	Ternera asada con aceite de oliva extra virgen y mantequilla.	<b>\$12,90</b> <small>por porción</small>	<b>\$15,74</b> <small>con pan</small>
<b>CORVINA AL BURRO E CAPPERI</b>	Seleccionado filete de corvina asado a fuego vivo con aceite de oliva y especias, bañada con un toque de mantequilla y alcázaras.	<b>\$15,90</b> <small>por porción</small>	<b>\$19,40</b> <small>con pan</small>
<b>LOMO FINO</b>	200g de lomo asado a la parrilla a fuego vivo con aceite de oliva, sal en grano y especias.	<b>\$16,90</b> <small>por porción</small>	<b>\$20,62</b> <small>con pan</small>
<b>SALMONE</b>	Fresco salmón chileno con toque de aceite de oliva y especias.	<b>\$17,90</b> <small>por porción</small>	<b>\$21,84</b> <small>con pan</small>
<b>SALMONE ALLA PARMIGIANA</b>	Fresco salmón chileno asado y bañado en nuestra deliciosa salsa 4 quesos acompañada de su pasta favorita a elección.	<b>\$18,90</b> <small>por porción</small>	<b>\$23,06</b> <small>con pan</small>

ACOMPÁÑALO CON		CON SALSA	
Ensalada Clásica	Ensalada caesar	Champiñones	Bocatto
Papas fritas	Puré de papas	Pimienta	4 Formaggi
Vegetales salteados	Papas al horno		



**Pollo a la Parrilla**



**Corvina al Burro**



**Lomo Fino**



**Lomo de Ternera**

Precio final incluye todos los impuestos de ley.

Figura 6. Interior de menú.

Adaptado de Bocatto da Fiorentino, 2018.

## **2.2. Fundamentación Teórica**

### **2.2.1 Origen del restaurante “Los Pinchos de Pame”**

El negocio empezó en los años noventa, época en la que Pamela, junto a su esposo Marco Gallardo; vendían unos pinchos de gran tamaño en un puesto callejero. No obstante, su negocio fue creciendo poco a poco, hasta convertirse en un local de gran afluencia en el sector, debido a su especialidad en carne asada, además de los tradicionales pinchos (brochetas de carnes). Sobra decir que el restaurante en la actualidad ostenta una gran variedad de platos en su carta. Además, su horario de atención 12:00 am a 21:00 pm de lunes a sábado y de 12:00pm a 17:00pm los domingos.

Actualmente cuenta con tres establecimientos:

**Matriz:** Carcelén, Alejandro Ponce Borja y clemente Yerovi.

**Sucursal:** Machala, Av. Machala N54-170 y Jorge piedra.

**Sucursal:** Plaza Foch.

### **2.2.2 Diseño de Menú**

#### **2.2.2.1 Estructura de un menú actual**

Para su elaboración se toman en cuenta factores y reglas básicas, ya que de este depende que se vaya a comprar, almacenar, producir y distribuir, así como los cuidados que este debe tener, tanto en el proceso de elaboración como del tiempo que se le tiene que dedicar para obtener el o los resultados deseados.

El proceso que implica la planeación del menú en un servicio de alimentación suele ser una tarea compleja, por el cual se recomienda que se elabore en equipo. El

equipo deberá estar conformado por personal capacitado, que cuenten con las siguientes características:

- Conocimiento sobre nutrición.
- Que conozca las preferencias alimentarias y de los alimentos disponible en la región.
- Complacencia de los gustos de los usuarios y no de los propios.
- Sentido de los sabores.
- Habilidad artística.
- Capacitación en técnicas y equipos de preparación de alimentos.
- Cocimiento del control y costos de los alimentos.
- Habilidad para emplear los equipos y personal de trabajo.
- Gusto por trabajar con alimentos y la preparación de las recetas.
- Mente abierta a cambios e innovaciones.

La elaboración de un menú, toma cerca de 3 meses. Su contenido requiere de revisiones periódicas, lo cual se debe a causa de factores de temporada, costos, y la necesidad de renovación. Antes de la elaboración del menú se debe llevar a cabo una revisión o investigación del área en el que se encuentra ubicado el servicio de alimentación, para que la elaboración sea más precisa y se responda a estas preguntas.

- ¿Qué preparaciones se venderán mejor?
- ¿Qué están ofreciendo otros servicios de alimentación similares y a qué precio?
- ¿Qué alimentos están disponibles en el área que tenga un atractivo particular?
- ¿Qué tipo de clientes se está tratando de atender?
- ¿Qué rango de precios o costos se busca para ajustarse al presupuesto?
- ¿Qué especialidades se ofrecerán?
- ¿Cuáles son las horas pico de servicio?

Un detalle importante es que la satisfacción del consumidor es el objetivo principal de la planeación de menú.

### 2.2.2.2 Menús ilustrados

La creación de propuestas creativas en el campo gastronómico no es tan nueva, ya que artistas como el fotógrafo y directo inglés Carl Warner, ya desde hace 25 años, empezó a producir sus llamados paisajes alimentarios, los cuales recreaban un entorno, a través de composiciones fantásticas con elementos gastronómicos de diversa naturaleza.



*Figura 7.* Paisaje alimentario.  
Adaptado de Warner, 2012.





Figura 8. Animals sandwiches.  
Adaptado de Creativities, 2016.

Y con el pasar de los años esta visión ha sido trasladada a las cartas gastronómicas de los más prominentes restaurantes a nivel mundial.



Figura 9. Diseño de Menú contemporáneo..  
Adaptado de PSDMarket, s.f.



Figura 10. Menú foto-ilustrado.  
Adaptado de Hernández, 2015.

### **2.2.2.3 Técnicas de Ilustración**

#### **2.2.2.3.1 Ilustración Digital**

La Ilustración Digital es el proceso de creación gráfica, realizado con tecnologías informáticas. Y al igual que ocurre con la ilustración tradicional, debe contribuir a una determinada función, la cual puede ser la descripción de un espacio, un personaje o contribuir a la narrativa de una historia, a la venta un producto o a la explicación de algún tema para obtener una respuesta por parte de quien la observa.

Actualmente, las nuevas tecnologías forman un todo, ya inseparable, de los procesos humanos. El mundo de la creatividad no es ajeno a ello. Según se crearon los primeros ordenadores, nuevos soportes y herramientas quedaron a disposición de los profesionales de las Artes Visuales que, mediante el uso de herramientas digitales (escáner, ordenador, tableta digital, software de pintura, etc) crean su obra sobre la pantalla del ordenador y la guardan en un dispositivo de almacenamiento digital.

El ordenador no es una herramienta que solucione los problemas técnicos y conceptuales de la ilustración, ni tampoco trabaja sólo. El artista es la mente creativa y generadora de ideas, imágenes o conceptos. Mientras que por su parte, el ordenador tiene a su favor la infinidad de posibilidades, con las que facilita un flujo de trabajo rápido, limpio y capaz de ahorrar pasos laboriosos e innecesarios. En tal medida que se puede copiar una imagen, cambiar su color, su iluminación, o textura. Además sí se ha procurado respaldar el archivo original, cualquier alteración posterior no lo destruirá. Esto es muy interesante, pues permite experimentar e improvisar sin complicaciones.

Cabe destacar que en la Ilustración Digital, no todos los procesos son siempre digitales, ya que muchas veces se combina con la Ilustración tradicional, para llegar

a resultados muy personales y estilos únicos que están caracterizados por la impronta de cada artista.

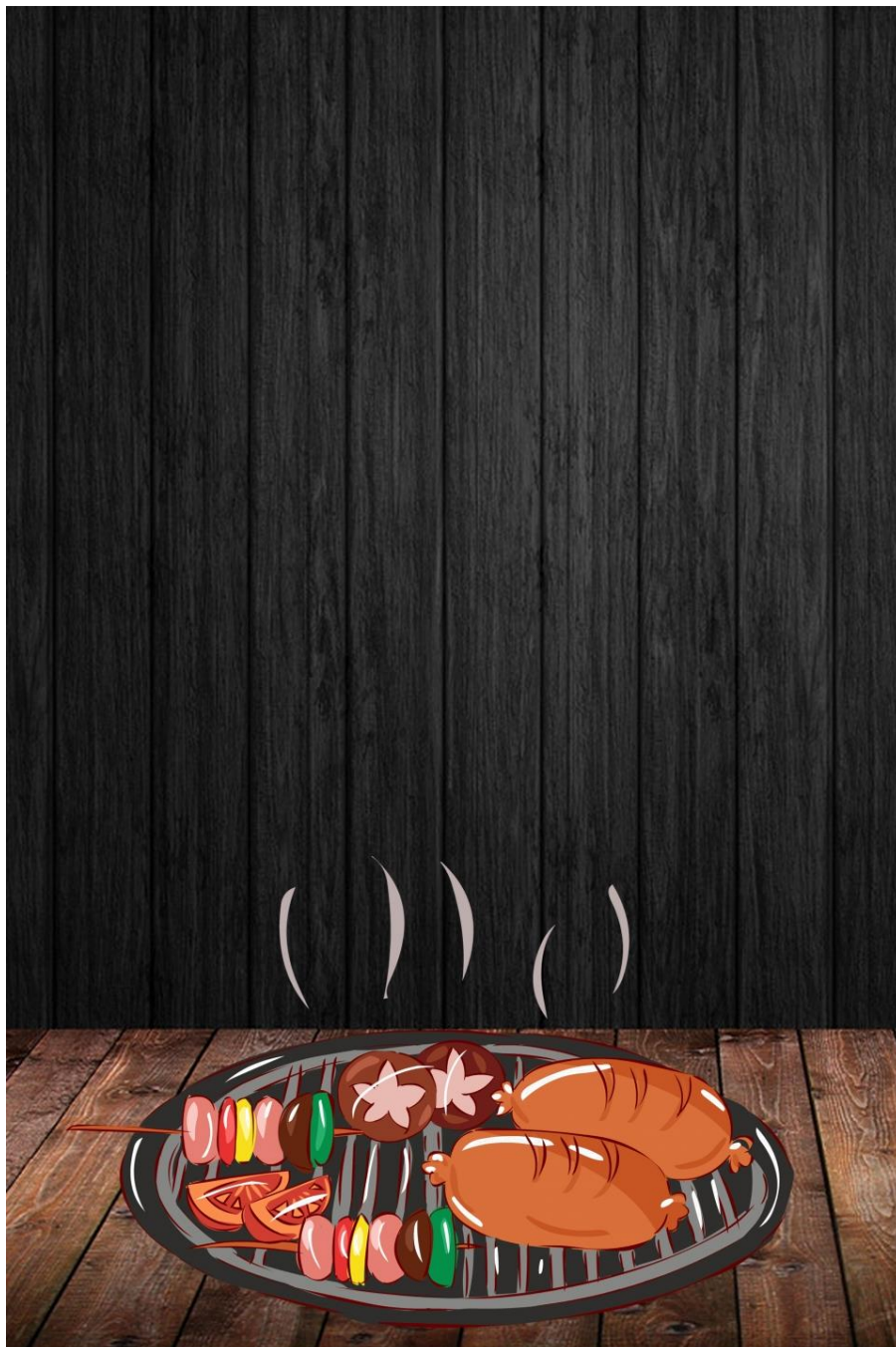


Figura 11. Propuesta foto-ilustrada 1.

Adaptado de pngtree, s.f.





Figura 12. Propuesta foto-ilustrada 2.

Adaptado de 51yuansu, s.f.

### 2.2.2.3.2 Técnica de puntillismo

Es una técnica de pintura artística que consiste en la creación de puntos dispuestos en secuencias y con orden específico. Aunque a simple vista, el puntillismo parece no tener mayor complejidad. La aplicación y agrupación de pequeños puntos de color, para formar una imagen requiere de cierta técnica y precisión.

En ese sentido, aunque el puntillismo es una técnica más, dentro del diverso entramado que compone al mundo del arte; contemplando al mismo como la manifestación de múltiples técnicas que emplean de formas, figuras, colores y texturas para materializarse en objetos, cuadros o esculturas. El uso intencionado del punto, es capaz de concebir obras muy apreciadas por los amantes del arte, ya que tiene la capacidad de transmitir emociones a través del efecto que crea con el uso del color, capturando poderosamente la atención del espectador, debido a su gran carácter pictórico.

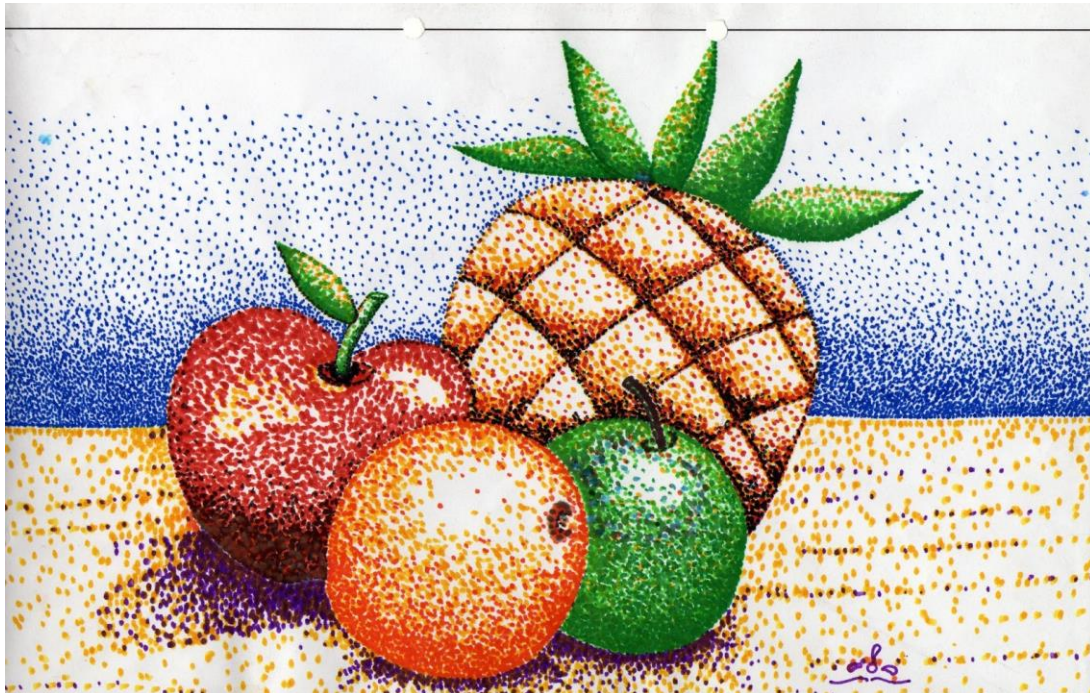


Figura 13. Aplicación de puntillismo en bodegón 1.

Adaptado de Ortega, 2016.



Figura 14. Aplicación de puntillismo en bodegón 2.  
Adaptado de Ortega, 2016.

### 2.2.2.3.3 Técnica lápiz de color.

Es fácil de utilizar en comparación con otras técnicas de ilustración, bastante similar al uso del lápiz de grafito, con la diferencia que color es más fino y su acabado es más satinado.

Se utilizan para trabajos de **baja escala**, porque el recubrimiento de los soportes es más superficial que los demás métodos, el caolín impide que puedan tener más profundidad en los mismos, como contraste, los lápices de colores permiten un buen bosquejo y una mayor precisión de los detalles en el arte final.



Otra característica representativa es su **transparencia**, esto quiere decir que se pueden realizar varias capas y combinar colores para obtener distintas tonalidades, a través de la técnica conocida como veladura. Aumentando ingentemente la gama tonal. Cabe menciona que los colores se definen por su grado de tonalidades, impresión y presión.



*Figura 16.* Ilustración de hamburguesa.

Adaptado de EatItPaintIt, 2014.



#### 2.2.2.4 Fotografía de Alimentos

Se trata de una especialización derivada de la fotografía comercial, cuyo registro se caracterizaba por exponer en su mejor cualidad visual a distintos productos, la fotografía alimentaria fue más allá, desarrollando técnicas complementarias como el maquillaje de alimentos, el cual muchas veces sustituye elementos frágiles por otros con mejor resistencia y aspecto, con el propósito de potenciar la producción de fotografías atractivas para su uso en publicidad, etiquetas y envases, cartas de restaurantes o libros de cocina. Esta técnica, en su faceta profesional es un trabajo de colaboración, que generalmente incluye un director de arte, un fotógrafo, un estilista de alimentos, un estilista de ambiente y sus ayudantes.



*Figura 17. Fotografía de alimentos*  
Adaptado de Gonzalez, 2018.



*Figura 18. Fotografía de cárnicos*  
Adaptado de Gonzalez, 2018.



*Figura 18. Fotografía de parrillada*  
Adaptado de La tablita, 2017.

### 2.2.2.5 Cromática Gastronómica.

La combinación de los colores, a la hora de presentar un platillo, es fundamental en la fase del emplatado, ya que su correcta armonía, consigue que la propuesta gastronómica destaque y evidentemente influye en el apetito del degustador.

Del mismo modo en que las figuras pueden transmitir sensaciones como movimiento o equilibrio, los colores transmiten un estado de ánimo, cuya finalidad es exaltar principalmente el carácter exquisito en un platillo. Se trata de un efecto psicológico muy bien estudiado, el cual establece el uso de colores claros para las zonas amplias y colores oscuros para las zonas pequeñas, denominadas acentos, lo cual se puede apreciar en las pequeñas franjas de color, generadas por las salsas o jarabes durante un emplatado de cocina gourmet.

Los **colores primarios**: magenta, amarillo y azul cyan, son los llamados colores “puros”, que provienen de la descomposición de la luz blanca. De igual manera, estos colores se combinan para generar los **colores secundarios**:

Amarillo+magenta=rojo

Amarillo+cyan=verde

Magenta+azul=violeta

Y estos, al combinarse entre si, derivan en los colores terciarios. Los **colores neutros**, del blanco al gris, se pueden combinar a su vez con el resto de colores proporcionando una gama cromática casi ilimitada.

Por otro lado, es importante mencionar que existen combinaciones de color clave, definidas como esquemas cromáticos, los cuales se benefician de las cualidades de cada color al ser combinado. Por un ejemplo, los colores complementarios son aquellos que se enfrentan en la escala cromática y su nivel de contraste es alto.



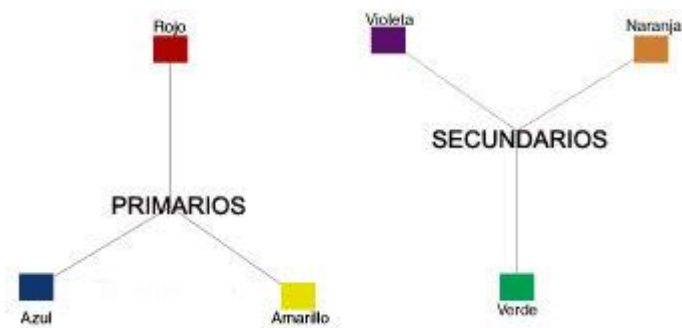


Figura 19. Esquema complementario  
Adaptado de Rivas, 2011.

Los **colores fríos**, aquellos que van del gris, y del azul al verde y verde azulado, hacen referencia al hielo y la nieve en la naturaleza, y provocan estados de tranquilidad, disminuyendo el ritmo del metabolismo. Sin embargo, los **colores cálidos**, rojos y amarillos, generan gran la atención, estimulan al sistema nervioso y transmiten la sensación cálida de un día soleado.

Por ello, a la hora de componer un plato, es imprescindible alcanzar una **armonía** de colores eficiente, empleando esquemas como el complementario, análogo, triadas, tétradas, etc.

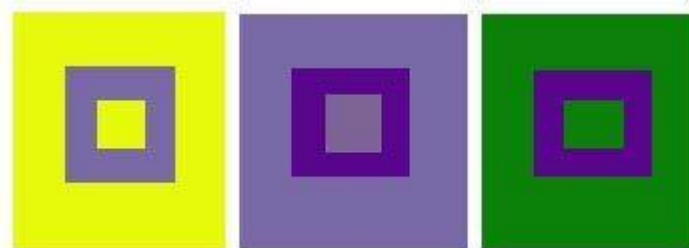


Figura 20. Combinaciones cromáticas  
Adaptado de Fotonostra, s.f.

Bajo esa perspectiva es fundamental definir un color dominante; aquel de mayor extensión, que debe ser más neutro y ayude a resaltar los otros colores. Otro será el color tónico, que se acentúe en pequeños detalles; y que puede ser complementario al dominante. Finalmente conviene usar un color intermedio, o de transición entre los otros dos colores, normalmente más cercano al color dominante.

Otra forma de componer, es crear **contrastes de color**. Y la manera más sencilla es combinando diversos tonos cromáticos de un mismo color, por ejemplo, un verde claro con verde oscuro sin llegar a una monocromía carente de contraste.

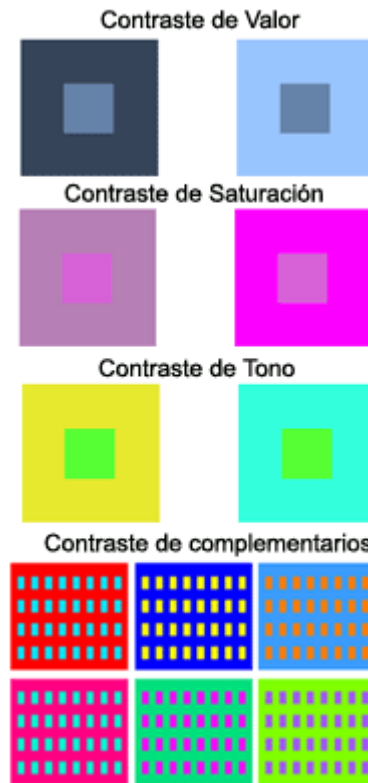


Figura 21. Combinaciones cromáticas  
Adaptado de Fotonostra, s.f.

Las combinaciones cromáticas son muy diversas, pero una directriz para evitar posibles complicaciones, es emplear un **esquema moderado** con colores aledaños en la rueda cromática. Esto, permite conseguir efectos muy atractivos, como la combinación que se produce entre fríos y cálidos. Por ejemplo, anaranjado, amarillo y verde (dos cálidos y uno frío) consiguen un vibrante impacto visual por el toque frío del verde.

Un factor importante también constituye la consideración de la intuición y sentido común a la hora de emplatar, ya que el medio determina muchas variables.

## 2.2.2.6 Flujo de Trabajo

### 2.2.2.6.1 Investigación

Una de las metodologías más efectivas hoy en día, a la hora de generar lo que se conoce en la jerga profesional como el **buen diseño**, es el *Design thinking*, el cual está constituido por pasos específicos, lo cuales buscan desarrollar en primera instancia un mínimo producto viable.

El primer paso, se denomina como etapa de empatización; o familiarización del problema. Y es en este primer eslabón, en el cual el diseñador debe ponerse en los zapatos del cliente, para respirar sus necesidades y así entender a profundidad su problemática, lo cual permitirá posteriormente generar una propuesta de solución, desde un enfoque profesional.

El resultado final de esta indagación previa, se puede plasmar en un documento que se define como brief. Este resume las características esenciales del problema y es la base para el siguiente paso dentro de este proceso iterativo.

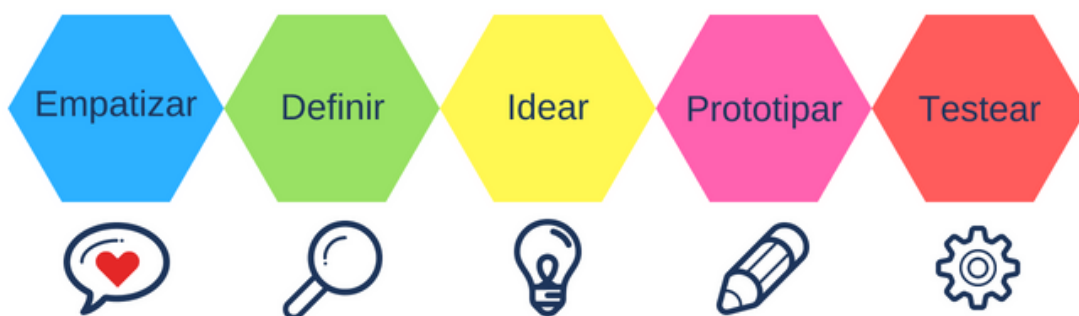


Figura 22. Pasos del Método Design thinking  
Adaptado de Rivas, 2019.

### 2.2.2.6.2 Diseño de un menú.

En esta fase que corresponde a las etapas de definición y generación de ideas, es fundamental considerar los siguientes elementos, que van a conformar la estructura de la carta:

- **Tabla de precios de cada platillo:** Está definida en base al manejo de costos de la administración en un restaurante. Los cuales pueden ser rotativos, ya que los ingredientes en una misma propuesta gastronómica pueden variar dependiendo de la temporada o de una determinada promoción. Esto debe ser considerado al momento de diseñar el menú, pues existe el criterio de resaltar el precio en el caso de una promoción o de hacer una referencia sutil a costos adicionales como impuestos o condiciones especiales.
- **Secciones del Menú:** El menú se organiza secuencialmente en: entradas, picadas, aperitivos, sopas y ensaladas, platos principales, las especialidades, postres y bebidas. Es importante contar con secciones claramente identificadas, por diferentes colores, tipos de letra o resaltar los títulos de cada sección.

Es fundamental resaltar las especialidades de la casa con una estrella u otras insignias. Algunos de los postres más exquisitos pueden estar integrados allí o diseñar un menú temporada, el cual es generalmente más pequeño y suele ubicarse en el centro de la mesa.

Una consideración importante es procurar para cada sección poner los precios más altos en la parte de arriba y los precios más módicos abajo.

- **Descripción del Menú:** Se sugiere que el nombre del platillo sea descriptivo o bien puede tener un componente creativo del restaurante o el nombre de su creador, una pasta “Alfredo” por ejemplo puede ser muy bien reconocida pero es mejor que abajo del nombre de cada platillo en el menú de tu restaurante lo acompañe una descripción corta pero altamente efectiva para que el comensal pueda tener una idea general sobre el platillo.
- **Diseño y Presentación del Menú:** En esta etapa se inicia el prototipado del diseño, fundamentando cada composición en un manejo cuidadoso del color, la tipografía y las fotografías que son parte fundamental para obtener un menú efectivo, ya que la combinación de estos elementos ayudan a definir la personalidad del restaurante. Por ejemplo, en el caso de un restaurante de comida mexicana, el uso de colores vibrantes como el rojo, turquesa, morado y verde serían una opción ideal para un menú. Los mismos que se verían fuera de tono en el menú de un restaurante bistró francés o italiano. Lo mismo ocurre con el tipo de letra. Una cafetería puede tener un tipo de letra, perteneciente a un familia clásica; si se toma en cuenta la clasificación Vox-AtypI, mientras que un bar o restaurante informal, podría tener una fuente caligráfica menos formal y de colores más llamativos.

Una consideración importante al momento de diseñar cualquier menú, es definir el ritmo de lectura, ya que existen zonas de mayor y de menor interés en cualquier diseño, las cuales se muestran en la figura a continuación:



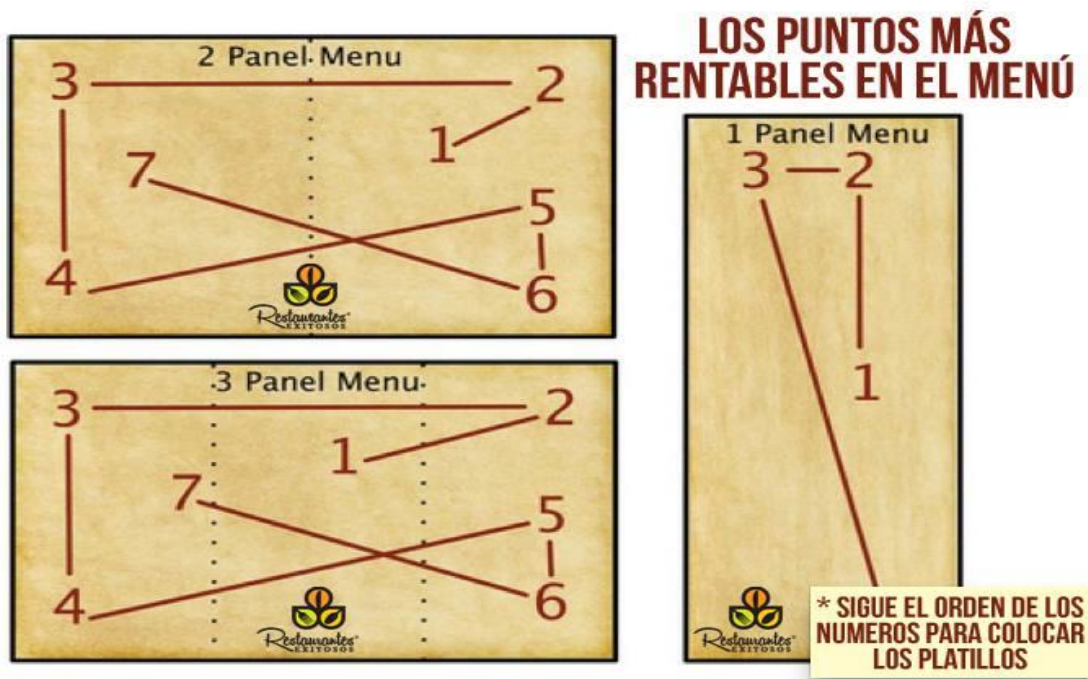


Figura 23. Recorrido visual óptimo en un Menú.

Adaptado de Uribe, s.f.

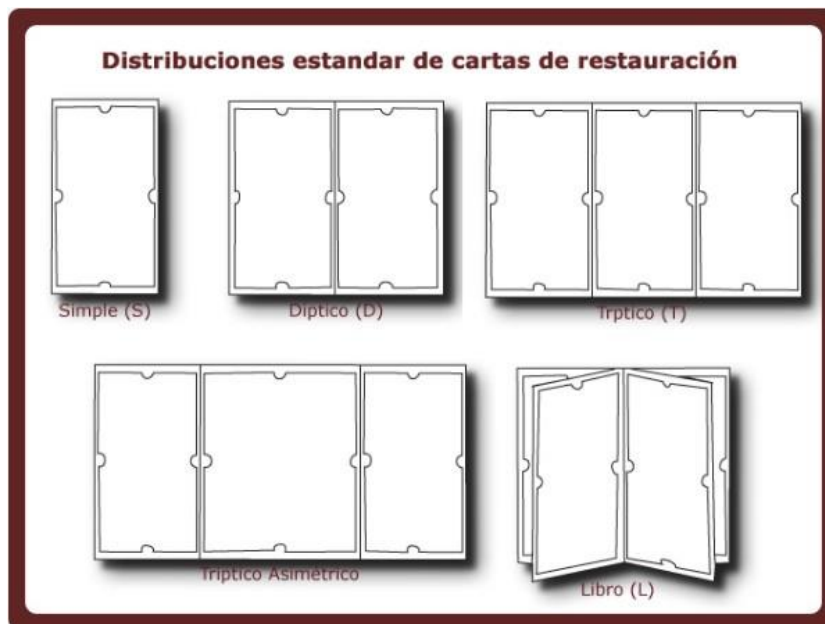


Figura 24. Distribución de las carillas en un Menú.

Adaptado de Atena 2000, s.f.

### 2.2.2.6.3 Tableta Digital.

**Tablet digitalizadora.** Tiene la capacidad de digitalizar gráficos o dibujos a mano, tal como lo haría con lápiz y papel. También permite apuntar y señalar los objetos que se encuentran en la pantalla. En el diseño de un menú, su aporte al trazo va a ser imprescindible para obtener un efecto más pictórico en las ilustraciones.



Figura 25. Tableta digitalizadora.

Adaptado de Uribe, s.f.



Figura 26. Ilustración digital con tableta.

Adaptado de macrovector, s.f.

#### 2.2.2.6.4 Lápices de color

Sus principales características son la facilidad de manejo y la inmediatez de su aplicación. Se utiliza de forma similar a un lápiz, para obtener un acabado poco graso, suave y satinado. Es importante mencionar que la intensidad de su tono y su cobertura de color es menor que la de otras técnicas. No obstante, su principal ventaja es la facilidad con la que se consigue un alto nivel de precisión en cada detalle, así como lo indeleble de su pigmento. Además es posible alcanzar una gama tonal alta, mediante la superposición de colores.



Figura 27. Lápices de colores.

Adaptado de Martín, 2006.



Figura 28. Ilustración con lápices de colores.

Adaptado de Artium, s.f.

### 2.2.2.6.5 Marcadores.



*Figura 29.* Set de colores.  
Adaptado de Artium, s.f.



*Figura 30.* Ilustración con marcadores.  
Adaptado de Artium, s.f.

Por su oficio, a menudo los ilustradores hacen uso de los marcadores en mayor medida que otros artistas. Y esto se debe a que es una técnica que permite lograr acabados tonales pulcros, contornos definidos y un registro fácilmente reproducible por medios fotomecánicos. Por otro lado, los rotuladores más utilizados, son aquellos que contienen una base de alcohol, ya que permite trabajarse por superposición de tonos sin que se mezclen y al secarse su color es indeleble

### 2.2.2.6 Herramientas Digitales

- **Photoshop:**

**Adobe Photoshop** es un editor de imágenes desarrollado por *Adobe Systems Incorporate*. Se emplea para el retoque de fotografías y gráficos, su nombre en español significa literalmente "taller de fotos". Lidera a nivel global el mercado de las aplicaciones de edición de imágenes y domina este sector de tal manera que su nombre es ampliamente empleado como sinónimo para la edición de imágenes en general.



Figura 31. Logo de Photoshop.  
Adaptado de Adobe, 2020.

- **Ilustrador:**

Adobe Ilustrador es un programa informático, un **editor de gráficos vectoriales** y, por tanto, sirve para la edición y modificación de esta clase de

imágenes. Son archivos digitales donde los diferentes elementos están formados por objetos geométricos, dependientes entre sí, con atributos matemáticos de acuerdo a su posición, a su forma o a su color. Es un software que permite la creación y modificación de estas imágenes a través de un espacio de trabajo llamado «taller de arte» o «mesa de trabajo». En él se disponen todas las herramientas necesarias a través de menús y otras opciones de interfaz que presentan los útiles necesarios para llevar a cabo las modificaciones de archivos digitales.



*Figura 31.* Logo de Ilustrador.  
Adaptado de Adobe, 2021.

- **Indesing:**

Adobe Ilustrador es un programa informático, especializado en la **maquetación de gráficos**, lo cual incluye tanto archivos **vectoriales**, como **pixeles**, por tanto, sirve para la composición de este tipo de elementos digitales en productos de distinta clasificación editorial, como libros, revistas, ebooks, etc.





Figura 32. Logo de Indesign.  
Adaptado de Adobe, 2021.

### 2.2.3. Evaluación Comunicacional

- **Evaluación el proceso de la transmisión del mensaje:** Cuando se habla de comunicación, especialmente si ésta es masiva, evaluarla en realidad consiste en completar el proceso de la misma. Es verificar si el receptor ha recibido el mensaje, y si, según los objetivos de comunicación, éste lo ha entendido como se esperaba que lo hiciera, pues dependiendo de ello, deberá tomarse una u otra decisión, esto es, continuar o ajustar la estrategia de comunicación. Se entiende que, si el receptor ha dejado de consumir pescado para evitar una intoxicación alimentaria, el mensaje necesita una mejora para que los consumidores interpreten fielmente el sentido de lo que se quiere comunicar.
- **¿Qué evaluar?** La verificación de si el receptor ha recibido el mensaje se realiza a través de la investigación de medios, mientras que la verificación de si el destinatario ha entendido lo que se esperaba se lleva a cabo mediante la investigación de contenidos.
- **Evaluación de los Medios:** Como se dijo anteriormente, para que se complete el proceso de comunicación es necesario que el mensaje llegue a

quien va dirigido, una de las tareas implícitas en la evaluación de la comunicación publicitaria consiste en verificar si quienes están recibiendo el mensaje tienen las características cualitativas (sociodemográficas, psicográficas, de estilo de vida, de hábitos de consumo, etc.) y cuantitativas (cantidad de personas o de hogares) que corresponden al grupo objetivo al que se desea llegar.

Un programa organizado para comunicar mensajes vinculados con la inocuidad de alimentos puede estar orientado a sectores bien diversos. En primer lugar, si se trata de una acción de concientización, la misma puede apuntar a: consumidores, comerciantes y productores, en diferentes términos según las necesidades de cada sector. También se puede realizar una campaña destinada a los sectores políticos, con el fin de insertar el tema de la inocuidad en las agendas de los gobiernos y de sus organismos públicos. En este caso, los medios que se seleccionarán serán diferentes y la evaluación de los mismos, también.

En el caso de los medios masivos de comunicación, habitualmente poseen investigaciones de audiencia que permiten orientar la selección. Estos medios también evalúan sus audiencias en términos de cantidad y de perfil. En el caso de que la comunicación se realice en ámbitos más reducidos, como una localidad, o que se apunte a grupos específicos, la evaluación de los medios también es importante. Lo que varía será la forma de evaluarlos.

### **2.2.3.1 Test**

- **¿Qué son los test?:** Los tests son modernos métodos de examen psicológico. El objeto de la introducción de estos procedimientos estandarizados fue el de complementar, corroborar y medir factores de personalidad, inteligencia, aptitudes, adaptación a situaciones, comportamiento, habilidades sociales, entre otros muchos.



Gracias a la existencia de los tests, podemos saber si una persona es más o menos introvertida, confiada, práctica, responsable, madura; si posee un grado leve, moderado o grave de ansiedad, depresión, manía; si lo que presenta es un problema adaptativo o un problema de pareja; si un bajo rendimiento laboral o escolar se debe a déficits de memoria o atención o a circunstancias vitales por las que está atravesando la persona que nos consulta.

En un principio, los tests se usaban fundamentalmente para medir la inteligencia. Hoy en día, los tests nos permiten hacer un estudio profundo de la personalidad, del funcionamiento cognitivo, emocional y conductual, de las actitudes y valores que presenta la persona que solicita nuestra ayuda.

Existen diferentes tipos de tests o pruebas psicológicas, que normalmente son fáciles y rápidos de cumplimentar. En algunas de estas pruebas hay que contestar verdadero o falso a las preguntas, afirmaciones o negaciones que aparecen escritas. En otros cuestionarios o escalas se nos pregunta si lo que aparece escrito nos sucede algunas veces, con frecuencia o muchas veces. También hay pruebas llamadas proyectivas en las que se nos pide que hagamos un dibujo, que contemos una historia o que indiquemos qué es lo que estamos viendo en una cartulina con manchas de colores, como el conocido Test de Rorschach.



*Figura 33. Aplicación referencial de test.*

Adaptado de Cattell psicólogos, s.f.

### 2.3 Definición de Términos técnicos

- **Almacenar:** Guardar cosas en un almacén u otro lugar, generalmente de forma ordenada, para poder disponer de ellas cuando se necesite o convenga.
- **Asado:** El asado, barbacoa, parrilla o parrillada es una técnica de cocción mediante la cual, los alimentos (generalmente cortes de carne) son expuestos al calor.
- **Cromáticos:** El círculo cromático, o rueda de colores, es una representación ordenada y circular de los colores de acuerdo con su matiz o tono, en donde se representa a los colores primarios y sus derivados.
- **Diagramación:** La diagramación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (*multimedia*). Estos elementos pueden estar en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.
- **Digital:** Digital puede designar: a cualquier cosa relativa a los dedos; a un sistema de representación mediante dígitos; a cualquier sistema digital.
- **Editor:** Persona que tiene por oficio editar libros, periódicos, películas, discos, etc., por medio de la imprenta o de otros procedimientos de reproducción.
- **Gráficos:** Una gráfica o representación gráfica o gráfico es un tipo de representación de datos, generalmente numéricos, mediante recursos visuales (líneas, vectores, superficies o símbolos), para que se manifieste visualmente la relación matemática o correlación estadística.
- **Menú:** El menú es un documento ofrecido en los restaurantes en el que se muestra a los clientes una secuencia o lista de posibles opciones disponibles para un cliente.
- **Nutrición:** Conjunto de procesos, hábitos, etc., relacionados con la alimentación humana.

- **Parrillada:** Plato que consiste en un surtido de carne, pescado, marisco o verdura que se asa a la parrilla.
- **Platillo:** "platillo pasar con un platillo entre los dientes pidiendo una propina"
- **Saborear:** Dar sabor y gusto a algo.
- **Superponer:** colocar una cosa sobre otra *Superpuso*.
- **Producir:** este terreno es muy adecuado para producir trigo; la vid es la planta que produce la uva"

## 2.4 Fundamentación Legal.

Como base esencial dentro de la fundamentación legal hay que considerar a la Constitución de la República del Ecuador, que en el Título II capítulo segundo Sección tercera relacionado con Comunicación e Información, señala claramente en su artículo 19 que el gobierno será responsable de fomentar la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente que se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación entre otras, además, en artículo 22 nos habla sobre el derecho a desarrollar capacidades creativas, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas que puedan existir (Asamblea Nacional, 2008).

*“Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.”*

*“Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.”*

## **CAPITULO III METODOLOGÍA**

### **3.1 Diseño de Investigación.**

La presente investigación será realizada mediante el uso del método inductivo, con el fin de indagar toda la información general necesaria, sobre los aspectos principales y de interés respecto al restaurante y su carta gastronómica. Así como también sobre los procesos gráficos y de producción, en los cuales se pretende incurrir para desarrollar con éxito el menú-foto ilustrado.

### **3.2 Grupo Objetivo.**

Son todos los clientes del sector de Carcelén alto, que concurren con cierta regularidad al restaurante para degustar de sus platos preferidos, sin importar la edad y de un nivel socio económico medio, también lo constituyen personas amantes de la gastronomía tradicional en carnes y embutidos que se ofrece en el negocio.

### **3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

#### **3.3.1 Recopilación Documental**

En base a la técnica, se extrae de fuentes bibliográficas toda información referente a los conocimientos, procesos y técnicas de producción necesarios para el diseño del menú-foto ilustrado.

#### **3.3.2 Observación**

A través de estas técnicas se analizarán algunos menús gastronómicos y dicha información será procesada mediante fichas que comparen los métodos de

organización de fotografías, así como las geometrías, esquemas cromáticos y uso de la tipografía, los cuales definen el estilo en cada menú-foto ilustrado.

### **3.3.3 Entrevista**

La entrevista será realizada al o los propietarios del negocio para obtener toda la información necesaria para elaborar el briefing del restaurante.

### **3.3.4 Registro Fotográfico**

Este registro es necesario para compilar toda la producción fotográfica requerida para la fotocomposición y posterior maquetación del documento final.

## **3.4. Técnicas de procesamiento de información**

Una vez recolectados todos los instrumentos necesarios en la primera fase, se realizará un resumen con el fin de compactar la información y plantear conceptos o detalles concretos sobre catálogos publicitarios, fotografía y el mercado digital.

## **3.5. Caracterización de la propuesta**

### **3.5.1 Sinopsis**

El presente menú foto-ilustrado, emplea foto-ilustraciones para aportar al contenido visual de la carta gastronómica que se podrá apreciar en el restaurante “Los Pinchos de Pame”.

### **3.5.2. Presentación del Producto**

Se trata de un menú foto ilustrado compuesto de 20 páginas, donde se promueve visualmente atrayente cada platillo que se prepara en el restaurante “Los pinchos de Pame”. Está dirigido a los moradores del barrio la Carcelén, así como turistas nacionales y extranjeros.

### 3.5.3. Idea Original

El menú foto ilustrado a producir, pretende cambiar el diseño de cada platillo del restaurante, desde unas ilustraciones llamativas y sofisticadas, diseñada especialmente para el cliente.

### 3.5.4. Referencias de Estilo Gráfico

Una experiencia gastronómica solo puede venderse a través de un estilo singular como el de Carl Warner, en el cual se crean entornos visuales únicos, con un enfoque creativo poco convencional, pero innovador al mismo tiempo. Al mismo tiempo, se recurrirá a otras referencias para establecer una composición viable.



Figura 34. Propuesta creativa de composición con alimentos.

Adaptado de Warner, 2014.



	<p><b>RIBEYE</b> <b>\$199</b></p> <p>Excelente corte de exportación, acompañado con papa especial, cebollitas asadas y frijoles charros.</p>
<p><b>CARNE ASADA A LA TAMPIQUENA</b> <b>\$99</b></p> <p>De filete o arrachera asada a su gusto, acompañada con enchilada, rajas con queso, papa especial, guacamole y frijoles refritos.</p>	
	<p><b>PARRILLADA DE SIRLOIN</b> <b>\$295</b></p> <p>Para 4 personas, con papa especial, aguacate, queso fundido con chorizo, chile toreado y cebollitas asadas.</p>
<p><b>SIRLOIN</b> <b>\$125</b></p> <p>Calidad de exportación, servido con papa especial, cebollitas asadas y frijoles charros.</p>	



**NUESTROS PRECIOS NO INCLUYEN IVA.**

Figura 35. Propuesta distributiva de contenidos en Popeyes Pizza.

Adaptado de Juárez, 2015.





**Флэт Айрон** /160/80 г

**595 р**

Говядина зернового откорма, отруб - лопаточная часть «Блейд». Это мясо считается вторым по нежности после вырезки, обладает высокой мрамарностью, упругой текстурой, приятным ароматом и особым сладковатым вкусом.



**Денвер** за 100 г

**395 р**

Говядина зернового откорма, отруб - филе шейного отруба. Обладает насыщенной мрамарностью, что придает готовому блюду сладковатый привкус и мягкость.



**Чак Ролл** за 100 г

**295 р**

Говядина зернового откорма, отруб - шейно-лопаточная часть. Этот отруб - начало знаменитого «рибай», поэтому по своим вкусовым качествам и аромату он почти не уступает прославленному блюду.



\* Medium Rare - слегка обжаренный снаружи, температура внутри 45 °С, из разрезанного мяса выделится кровь, внутренняя часть красно-розовая. Medium - хорошо обжаренный снаружи, температура внутри 50-55 °С, мясо на разрез розоватое, выделяется слегка розовый сок. Medium Well - сильно обжаренный снаружи, температура внутри 55-60 °С, мясо на разрез имеет серовато-розовый цвет, может выделяться слегка прозрачный сок.

Figura 36. Propuesta de composición.

Adaptado de Zlatá Husa, s.f.

### 3.5.1 Texturas

Con el propósito de encontrar una propuesta de diseño fiel a la personalidad del restaurante, se ha pensado preliminarmente en la empleo complementario de texturas de madera como un elemento más del diseño, que transmita al cliente la experiencia campestre de una tarde de parrillada.



*Figura 37. Texturas de maderas.*

Adaptado de Wallpaper Abyss, s.f.

### 3.5.2 Tipografías

Para la selección de este importante elemento, se ha considerado tentativamente a la fuente caligráfica Birama, por su estilo “fancy” y descomplicado al mismo tiempo, lo cual la hace ideal para propósitos personales, profesionales o de negocios. Por otro lado, sus trazos sueltos y curvilíneos, emulan con gran similitud a la apariencia de una aplicación de lettering, lo que le aporta un carácter jovial y actualizado.

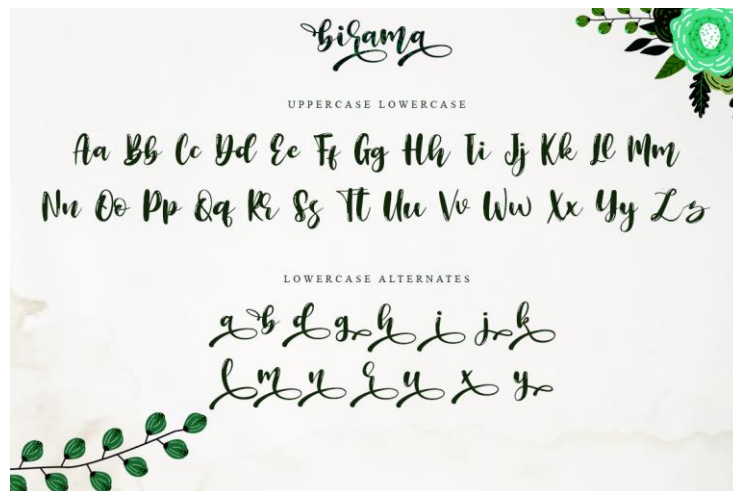


Figura 38. Muestra tipográfica de la fuente Birama.  
Adaptado de Haksen Studio, 2020.



Figura 39. Aplicación de la fuente Birama en lettering.  
Adaptado de Haksen Studio, 2020

## **CAPITULO IV**

### **RECURSOS**

#### **4.1. Recursos**

Los procedimientos que se utiliza para la investigación, tienen que ser tanto humanos como técnicos y económicos para el desarrollo pleno del proyecto.

##### **4.1.1. Recursos Humanos**

Para la realización del proyecto, se necesita de un profesional que tenga conocimientos solidos en edición de imágenes, composición, maquetación y especialmente el manejo profesional de la cámara fotográfica, así como de técnicas de ilustración. Sumado al respectivo dominio de herramientas digitales como: Illustrator, Photoshop, e Indesign.

##### **4.1.2. Recursos Técnicos**

Los recursos técnicos que serán usados para este proyecto son:

###### **Hardware**

- Una Computadora adecuada para trabajos de ilustración gráfica se requiere de un procesador Core i7, una tarjeta gráfica Nvidia y una memoria RAM de 8GB).

###### **Software**

- Adobe Illustrator.
- Adobe Photoshop.
- Adobe Indesign.
- Tableta grafica Wacom intuos.
- Cámara fotográfica
- Luces de estudio
- Flash de estudio

### **4.1.3. Recursos Materiales**

Los materiales para el desarrollo de este proyecto son:

#### **Diseño de ilustraciones**

- Bocetero A4
- Lápiz HB o portaminas
- Minas 0.5
- Lápices de color
- Borrador
- Reglas

#### **Diseño del menú foto-ilustrado:**

- Programa Adobe Illustrator
- Programa Adobe Photoshop

#### **Para la maquetación:**

- Programa Adobe Indesign

### **4.1.4. Recursos Económicos**

Este proyecto será autofinanciado por el autor del proyecto.

## **4.2. Presupuesto de Gastos**

### **Presupuesto del Proyecto**

Alcance del presupuesto

Realización de un menú foto-ilustrado de 20 páginas

Tiempo establecido del proyecto: 3meses

### **Costos operativos**

Luz  
Agua  
Internet  
Teléfono  
Transporte

**Precio: 185USD**

### **Materiales básicos**

Bocetero  
Lápices  
Colores  
Borrador

**Precio: 60USD**

### **Equipos necesarios**

Laptop  
Tableta Digital  
camara

**Precio: 1500 \$**

### **Producción**

#### **Arte y grafica**

Realización del menú foto ilustrado mediante las técnicas de ilustración digital y tradicional

**Precio: 100\$**

#### **-Post producción**

Armada del menú  
Diagramación



**Precio: 25\$**

**Subtotal: 2000 USD**

**Descuento: 10%**

**Total: 1980 USD incluye IVA**

### 4.3. Costo total de Producción

Según el análisis económico realizado con respecto a la elaboración del producto Ilustrado, y considerando algunos factores secundarios el costo total es de 1.980\$ USD.

### 4.4. Cronograma

Tabla 1: Diagrama de Gantt con actividades programadas para el proyecto

ACTIVIDADES		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES A REALIZAR						
SEMANAS DE CADA MES Y DÍA DE ENTREGAS	FEBRERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	MAYO	JUNIO	JULIO
	3	4	1	2	3	4	1	2
FEBRERO	- Investigación -diseño de menú - fotografías de los mejores platos							
FEBRERO		-Layout de páginaas -Diseño de fondos -Diseño de menús -Bocetos -Composición del menú a realizar						
MARZO			-Portada -Contraportada -Diagramación					
ABRIL				-Guardas -Presentación de diseños.				
MAYO					-Corrección de colores -Edición de imagen -Evaluación			
MAYO						-Contenido (20 Paginas) - Diseño de logo		
JULIO							- Diagramación - Pruebas de color	
JULIO								-Impresión -Empastado

## CAPITULO V

### DESARROLLO DEL PRODUCTO

#### 5.1 Pre-producción

##### 5.1.1 Briefing

**Nombre del restaurante:** Los Pinchos de Pame.

**Ubicación:** Carcelén Alto – Quito.

**Tipo de visitantes:** comensales de estrato medio.

**Especialidad:** Carnes a la parrilla, propias de la cocina reconfortante.

**Productos:** Entradas, platos fuertes, ensaladas, postres y bebidas.

**Personalidad del espacio:** Establecimiento de aspecto rústico y cálido.

**Fortalezas:** Local amplio, comida succulenta y abundante, además de una gran variedad de salsas y aderezos para acompañar cada platillo.

**Requerimiento:** Mejorar el diseño actual, realizando una adaptación creativa, que emplee elementos más contemporáneos y atractivos, sin perder el sentido de exponer la exquisitez de los platos y evidenciar la cálida personalidad propia del restaurante.



Figura 40. Imagen del menú actual del restaurante.

Adaptado de Los Pinchos de Pame, 2020.

### 5.1.2 Moodboard

Para establecer la combinación cromática ganadora, es importante determinar aquellos colores relacionados a la calidez de la cocina rústica de tipo reconfortante, que evoca la fragancia y los sabores propios de la carne a la parrilla, aderezada por especias del campo, lo que obviamente también hace referencia a la cromática del entorno familiar, caracterizado por materiales cercanos a la tierra, como son la piedra y la madera.



Figura 41. Paleta de colores referencial.

Adaptado de Color Hunter, s.f.

### 5.1.3 Layout

A continuación, se ha establecido un esquema compositivo para el diseño que se va a consolidar en la carta de platillos final. El cual, se estableció a partir de una retícula, así como también de los esquemas de atención para una lectura óptica, ya mencionados en el Capítulo II. Así es posible distribuir estratégicamente elementos tales como fotografías, ilustraciones, títulos y párrafos con contenido.

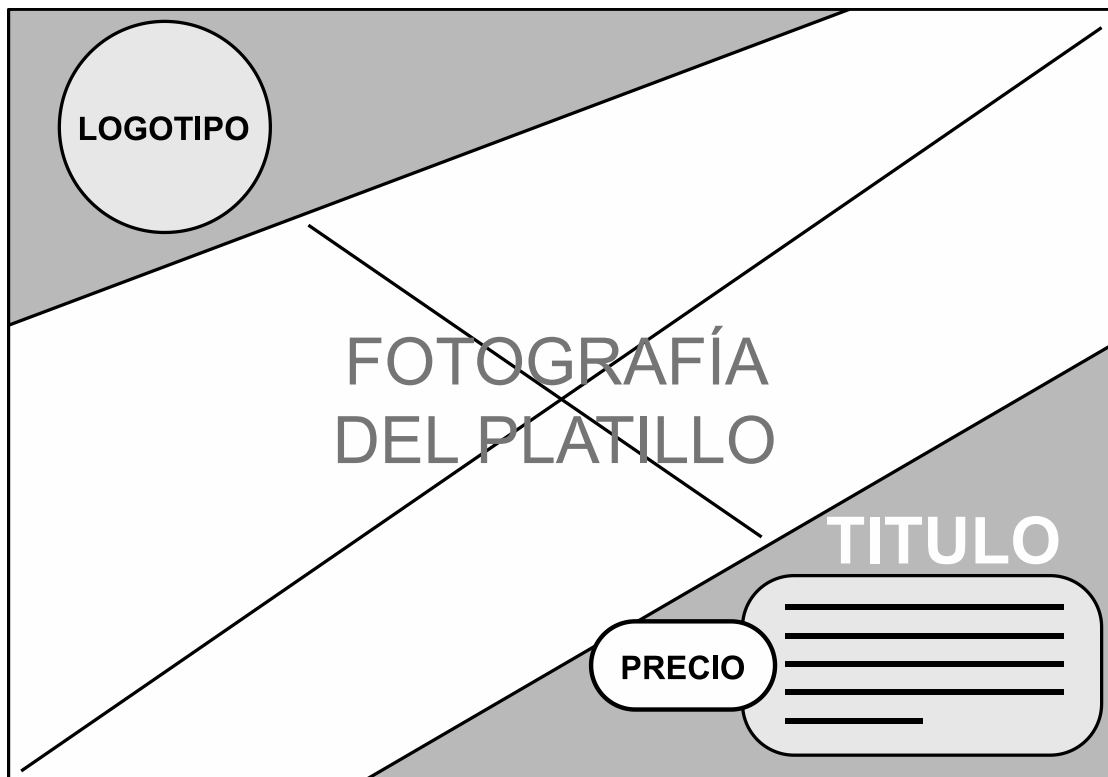


Figura 42. Layout del diseño de página.

Autoría propia

### 5.2. Producción

Para esta etapa, se puso en marcha todos los procesos descritos en el flujo de trabajo, con la premisa de reforzar la personalidad del restaurante “Los Pinchos de Pame”, orientándolo hacia una narrativa visual que evoque la calidez de un asado

familiar, pero desde un enfoque de diseño mucho más actual. En ese sentido, para entender mejor esta parte, se procederá a describir cada paso de forma secuencial:

### **5.2.1 Fotografía**

A partir de las consideraciones establecidas en pasos anteriores, se realizó todo el registro fotográfico en un par de sesiones. Siempre tomando en cuenta la categorización de la carta, los platillos escogidos Además de las instrucciones específicas respecto al encuadre y ángulo de la cámara. Lo cual se aplicó en cada caso respectivamente, con el fin de obtener fotografías cuyo contenido resalte principalmente la calidad fotogénica de cada platillo. Cabe mencionar que los equipos empleados para este cometido fueron los siguientes:

#### **Equipo:**

- Cámara fotográfica profesional
- Fuente principal de iluminación de tipo flash
- Reflectores
- Difusor

Finalmente se realizó el imprescindible proceso de revelado digital, con el fin de sacar al máximo provecho al rango tonal de cada fotografía a partir de las imágenes de tipo RAW.

### **5.2.2 Diseño**

Tomando como guía al diagrama propuesto en el layout, se procedió a recrear dicha estructura en el computador, mediante Photoshop, para lo cual se compuso una máscara definida con trazos de pincel, cuyo aspecto contribuye a un acabado mucho más jovial, moderno y a la vez rústico; lo cual se refleja con en gran magnitud aquello que busca comunicar el restaurante a sus clientes.

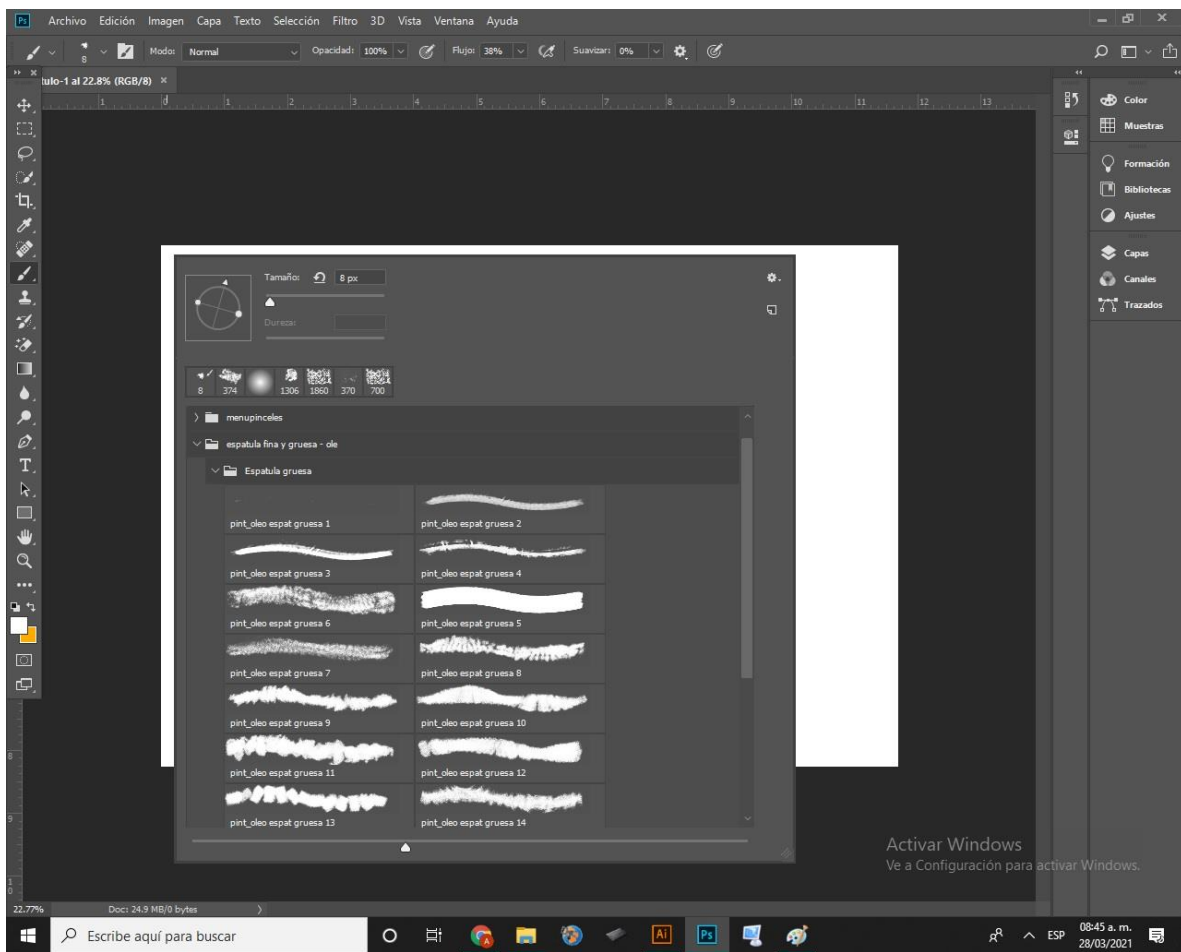


Figura 43. Interfaz de Photoshop y detalle de pinceles.

Autoría propia

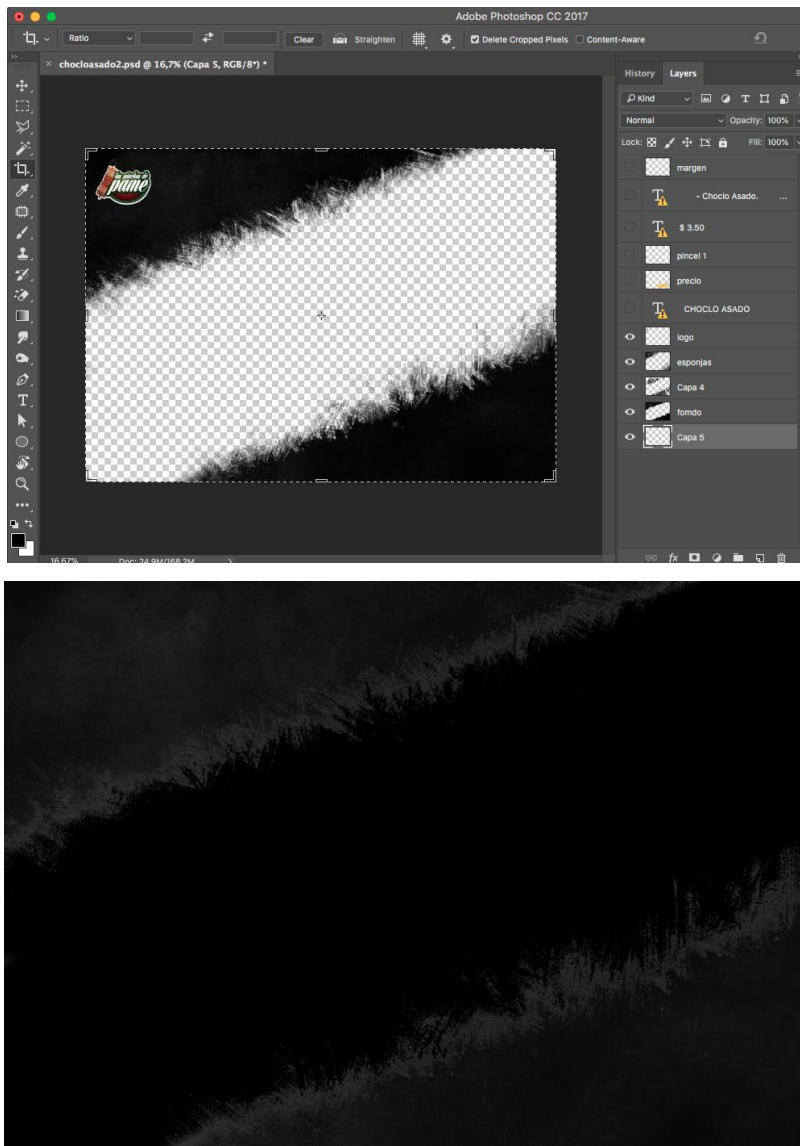


Figura 44. Interfaz de Photoshop y detalle de máscara.

Autoría propia





Figura 45. Diseño final de página, según layout.

Autoría propia

### 5.2.3 Maquetación

A partir del diseño individual de cada página, se definió la estructura y secuencia editorial del menú, empleando la herramienta de Adobe Indesign, respetando en todo momento el layout y las consideraciones de sección que ya tenía el restaurante previamente. A continuación, se despliega el machote digital del menú de forma ordenada:



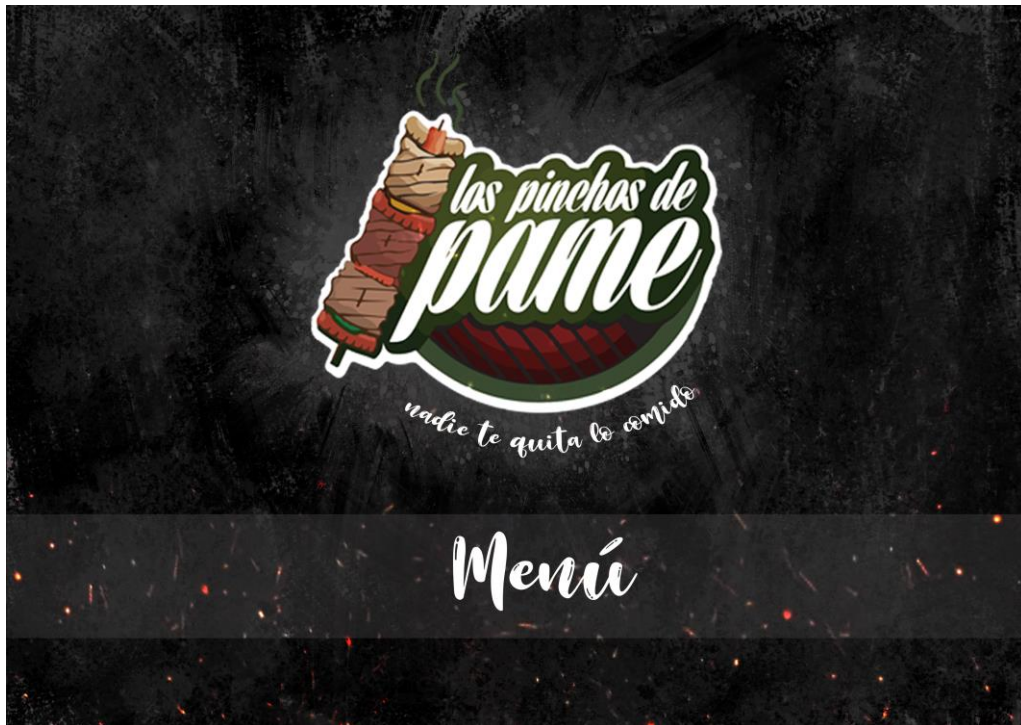


Figura 46. Diseño final de portada, con logotipo y chispas de parrilla como alegoría visual.

Autoría propia

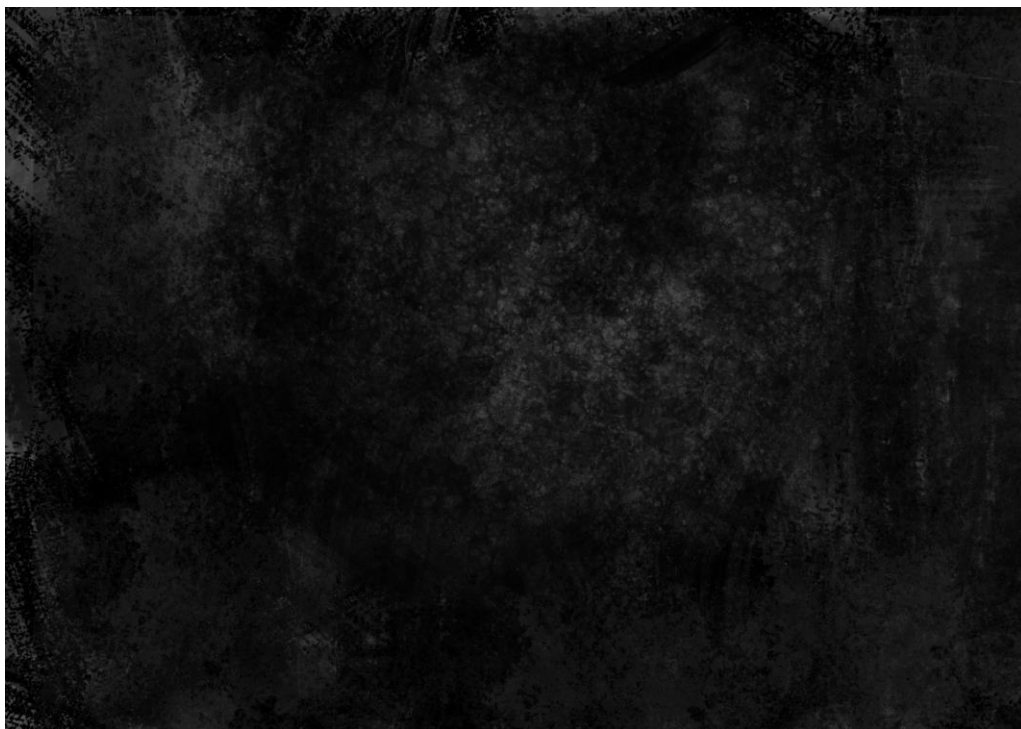


Figura 47. Página libre, con fondo de piedra, tipo carbón.

Autoría propia

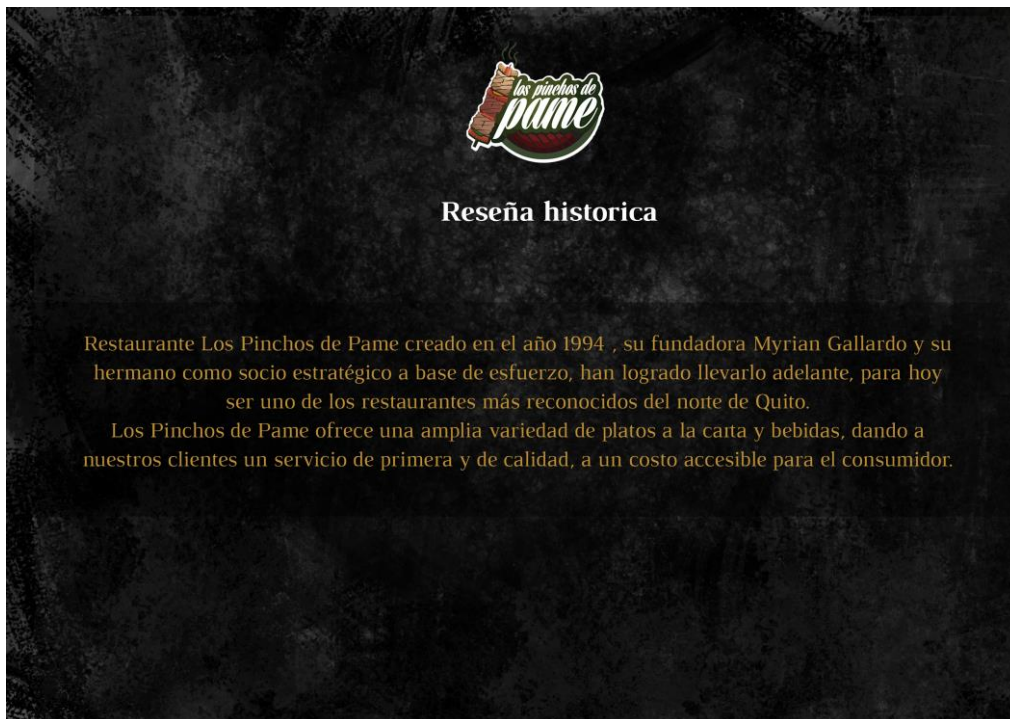


Figura 48. Breve reseña histórica del restaurante.

Autoría propia



Figura 49. Página de platillo, costillas BBQ.

Autoría propia





Figura 50. Página de platillo, filete apanado.

Autoría propia



Figura 51. Página de platillo, filete de res.

Autoría propia





Figura 52. Página de platillo, hamburguesa.

Autoría propia



Figura 53. Página de platillo, filete de pollo.

Autoría propia





Figura 54. Página de platillo, mote con chicharrón.

Autoría propia



Figura 55. Página de platillo, caldo de gallina.

Autoría propia





Figura 56. Página de platillo, parrillada Pame.

Autoría propia



Figura 57. Página de platillo, salchipapa.

Autoría propia



Figura 58. Página de platillo, churrasco.

Autoría propia

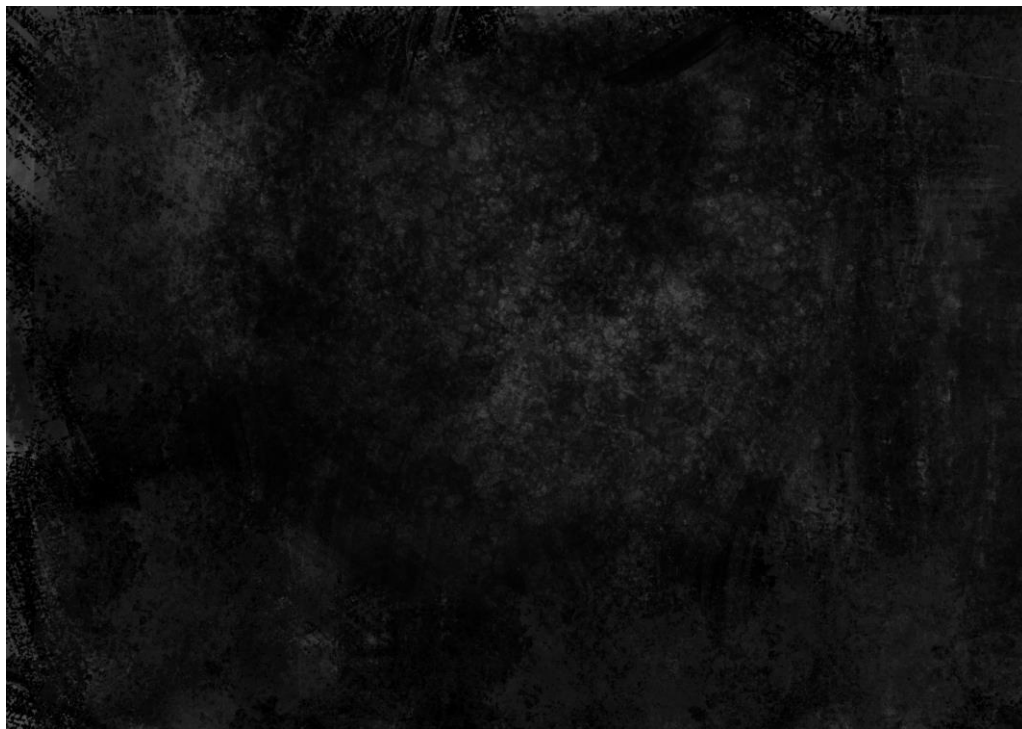


Figura 59. Página libre posterior, con fondo de piedra, tipo carbón.

Autoría propia





Figura 60. Página de contraportada.  
Autoría propia

### 5.3 Terminados Gráficos

En esta etapa final se afinaron los últimos detalles para la generación de una versión impresa del menú, lo cual derivó en la ejecución de los siguientes pasos:

#### 5.3.1 Definición de soportes y terminados finales

En este paso, se analizaron algunas muestras de cartulinas papel, antes de definir aquella que servirá como soporte funcional ante el frecuente uso y desgaste, que suele experimentar un elemento en estas circunstancias. Pero también es importante considerar que cada tipo de papel tiene un rango de absorción variable durante la pigmentación, por lo tanto, los acabados de impresión pueden variar notablemente. Incluso si se llega a adicionar una capa de laminado para proveer mayor longevidad al producto, esto puede alterar también el brillo y saturación de algunos colores.



### **5.3.2 Pruebas de impresión**

Después de definir el tipo de papel a utilizar, se realizaron las pruebas de impresión digital respectivas, con el fin de determinar la opción más favorable para el producto final. En este proceso resulta muy útil la retroalimentación de algún asesor más experimentado en el área.

### **5.3.3 Impresión final y armado**

Como paso final, se imprimen todas las hojas del menú, sin descuidar un sangrado óptimo de 0,3 cm como mínimo, además de las marcas de corte y guías de color. Posterior a ello, se arma de forma ordenada todo el menú, para obtener una estructura coherente y altamente funcional para el comensal.

## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1 Conclusiones**

- En base a los resultados obtenidos en este proyecto, se ha podido automatizar un flujo de trabajo idóneo para este tipo de trabajos, caracterizados por su minuciosidad en los procesos de producción y su alto nivel visual. Con lo cual se podrá optimizar el tiempo de efectiva, en proyectos semejantes.
- El producto final obtenido, ha conseguido exponer el menú del restaurante, empleando un alto criterio estético, que se evidencia en la composición de fotografías, gráficas y cuerpos de texto; los cuales contribuyen a expresar el carácter campestre del establecimiento y la exquisitez de sus platillos.
- El empleo intencional de la fotografía - ilustración es complementado adecuadamente por el diseño, obteniendo propuesta expresiva y ordenada, la cual aporta legibilidad y es capaz de mejorar la experiencia del cliente, a la hora de escoger un platillo y realizar su orden.

#### **6.2. Recomendaciones**

- El proceso de documentación e investigación es fundamental antes de empezar la etapa de producción, ya que su procesamiento facilita la información necesaria, evitando así posibles retrasos y acciones innecesarias que restan tiempo a la consecución del proyecto.

- Conocer a profundidad herramientas especializadas de diseño y edición fotográfica, reducen los tiempos de trabajo y mejorar exponencialmente la calidad gráfica de cualquier proyecto.
- La retroalimentación de pares, con un respectivo asesor, que en este caso, es representado tanto por el docente guía, como el corrector; es fundamental para orientar la dirección del proyecto, debido a que su experiencia facilita el know-how que muchas veces carece un estudiante por falta de experiencia.

## REFERENCIAS

- Andueza, M., Barbero, A., Caeiro, M., Da Silva, A., García, J. González, A., Muñiz, A. y Torres, A. (2016). *Didáctica de las artes plásticas y visuales*. Logroño, España: Universidad Internacional de La Rioja, S. A.
- Gibson, G. (2007). *A la carta, diseño gráfico para restaurantes*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Ginebra, Suiza: AVA Books. Lupton, E. (2004) *Thinking with Type*.
- Koren, L. y Meckler, R. (2001). *Graphic Design Cookbook*. San Francisco, Estados Unidos: Chronicle Books.
- Kuehni, R. (2005). *Color an Introduction to Practice and Principles*. New Jersey, Estados Unidos: Wiley-Interscience.
- Ortega, S. (2016) *Educación visual, técnica puntillismo*, Santiago, Chile.
- Pastor, M. (2015). *ART & FOOD. IMAGEN CORPORATIVA DE UN GASTROBAR*. Valencia, España: Universitat Politècnica de Valencia.
- Samara, T. (2014): *Design Elements A Graphic Style Manual*. Massachusetts, Estados Unidos: Rockport Publishers.
- Sans, M. (2019). *Aprende a fotografiar productos como un profesional*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

Thoreu, B. (2009). *Layout Essentials 100: Design Principles for Using Grids*.  
Massachusetts, Estados Unidos: Rockport Publishers.

Uribe, P. (s.f.). *Planificación de Menús* [Diapositiva emaze].  
<https://app.emaze.com/@AOZWWOQFF#1>

## **ANEXOS**

## 8.1 Anexo 1

Autorización para proyecto de vinculación con el Restaurante “Los Pinchos de Pame”.



Figura 61. Autorización para empleo de imagen y aplicación de proyecto.  
Autoría propia

