



FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL**

TESIS

**Propuesta de Fotografía Food Styling para
notoriedad de una marca de restaurante en Bagua**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

Autor:

Bach. Vega Izquierdo José Omar
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5414-9535>

Asesor:

Mg. Solis Napanga Mirko Antonio
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-8658-9286>

Línea de Investigación:

**Desarrollo humano, comunicación y ciencias jurídicas para
enfrentar los desafíos globales**

Sublínea de Investigación:

Bienestar y Desarrollo de Habilidades para la Vida

Pimentel – Perú

2024

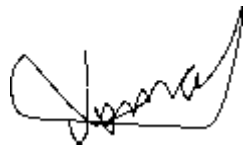
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) **egresado (s)** del Programa de Estudios de **Artes & Diseño Gráfico Empresarial** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro (amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

PROPUESTA DE FOTOGRAFÍA FOOD STYLING PARA LA NOTORIEDAD DE UNA MARCA DE RESTAURANTE EN BAGUA

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética de la Universidad Señor de Sipán, conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y auténtico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

VEGA IZQUIERDO JOSÉ OMAR	DNI: 7221035	
--------------------------	--------------	---

Pimentel, 15 de octubre de 2024

NOMBRE DEL TRABAJO

PASAR TURNITIN - VEGA IZQUIERDO.pdf

AUTOR

JOSÉ OMAR VEGA IZQUIERDO

RECuento de palabras

15675 Words

Recuento de caracteres

80176 Characters

Recuento de páginas

81 Pages

Tamaño del archivo

431.7KB

Fecha de entrega

Oct 18, 2024 9:35 AM GMT-5

Fecha del informe

Oct 18, 2024 9:36 AM GMT-5

● **5% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 5% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 2% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

**PROPUESTA DE FOTOGRAFÍA FOOD STYLING PARA LA NOTORIEDAD DE
UNA MARCA DE RESTAURANTE EN BAGUA**

Aprobación del jurado

DRA. PELAEZ CAVERO JULIA BEATRIZ

Presidente del Jurado de Tesis

MG. BRAVO ADANAQUE CINTHYA

Secretario del Jurado de Tesis

MG. SOLIS NAPANGA MIRKO ANTONIO

Vocal del Jurado de Tesis

RESUMEN

El presente estudio propone una estrategia de fotografía "food styling" con el fin de incrementar la visibilidad de la marca de un restaurante ubicado en Bagua - Amazonas. A través del uso de imágenes cuidadosamente elaboradas, se busca que los platillos capturen la atención de los clientes potenciales, reforzando la identidad del restaurante en redes sociales. La fotografía "food styling" se fundamenta en el manejo de aspectos técnicos como la iluminación, composición y ángulos, con el objetivo de resaltar las características de los alimentos. La investigación adopta un enfoque cualitativo, utilizando entrevistas a profesionales de la fotografía y consumidores locales para analizar cómo las imágenes influyen en la percepción del público, el análisis de estos datos permitirán identificar los factores visuales más efectivos para presentar los platillos de manera atractiva, como el uso de colores vivos y texturas bien definidas, que comunican calidad y frescura. Este enfoque busca posicionar al restaurante dentro del mercado digital, aprovechando las redes sociales para generar mayor interacción y fidelización de clientes.

Palabras Clave: *Fotografía Food Styling, Notoriedad de Marca, Marketing, Redes Sociales, Percepción del Consumidor.*

ABSTRACT

This study proposes a "food styling" photography strategy aimed at increasing the visibility of a restaurant brand located in Bagua - Amazonas. Through the use of carefully crafted images, the goal is to capture the attention of potential customers, reinforcing the restaurant's identity on social media. "Food styling" photography focuses on technical aspects such as lighting, composition, and angles to highlight the characteristics of the food. The research follows a qualitative approach, utilizing interviews with photography professionals and local consumers to analyze how images influence public perception. The analysis of this data will help identify the most effective visual factors for presenting dishes attractively, such as the use of vibrant colors and well-defined textures, which communicate quality and freshness. This approach seeks to position the restaurant in the digital market, leveraging social media to generate greater interaction and customer loyalty.

Keywords: *Food Styling Photography, Brand Awareness, Marketing, Social Media, Consumer Perception.*

I. INTRODUCCIÓN

Otiniano (2021) propone la frase “Todo entra por los ojos” en otras palabras, comenta que una fotografía es factible visualmente, de manera que cumple un papel primordial en redes sociales que llega a ser eficiente al momento de convencer a nuevos clientes.

Por lo tanto, si una empresa no ofrece sus productos o servicios con fotografías publicitarias el público jamás podrá conocer sus servicios, ni mucho menos sentir la necesidad de adquirirlos. Otiniano (2021) da a conocer que el significado de fotografía proviene de los vocablos griegos “fotos” refiriéndose al sustantivo luz y “grafein” al verbo de escribir, dando como resultado el “escribir con luz”; no obstante, la fotografía es más que eso ya que contribuye a comunicar y transmitir información a través de gráficos o dibujos.

Posicionándose ante toda su competencia a través de las redes sociales, convirtiéndolas en plataformas rápidas y eficientes al momento de conectar con el público de manera directa, siendo una alternativa más dinámica para las empresas que aún usen medios tradicionales. Según Otiniano (2021) en el marketing la fotografía es una de las herramientas mejor usadas para convencer a los clientes de comprar productos o servicios de la propia empresa, pues tiene como objetivo ayudar a transmitir el mensaje de la marca de manera visual y atractiva a los clientes.

Empleando las palabras de Otiniano (2021) explica lo fundamental que es la fotografía en las redes sociales, debido a que los posibles clientes son cada vez más visuales; con todo eso se debe tener en cuenta la planificación de cada fotografía para garantizar la resolución e incluir elementos emocionales para convencer a los clientes.

Asimismo, la construcción de anuncios con cargas emocionales tanto positivas, negativas o neutrales son los que mayormente llegan a los clientes, por ejemplo: la alegría, tristeza, ira, culpa, etc.

Estos tipos de fotografía persuaden al público para crear una conexión a largo plazo, tal es la situación en los alimentos, que te presentan una imagen de manera provocativa que serán capaces de causar hambre al visualizarlo, todo esto dependerá de cuán creativo será

el artista y la edición para poder mejorar esa esencia que ellos mantienen (Otiniano, 2021). Para que esa imagen sea persuasiva debe de tener tomas de ángulos diferentes hasta que una de ellas despierte las ganas de consumir ese producto.

Las campañas publicitarias tienen como base los sentimientos que quieren transmitirnos desde un principio; es decir, que ya tienen claro el sentimiento que quieren transmitirnos.

Un ejemplo breve sería el de la compañía Calvin Klein, aplica el uso de fotografías publicitarias para presentar a sus productos, en la mayoría de las fotografías se puede visualizar la presencia de los colores como el blanco, negro, tonalidades cálidas con un contraste bajo y un fondo de color entero; del mismo modo la posición de los modelos viene a ser natural e indeliberada para reflejar la sutileza de la marca (Otiniano, 2021).

Otidiano (2021) identifica cuatro factores importantes para tener en cuenta en las estrategias de marketing: El contenido, el tipo de medio de propagación, la continuidad del mensaje y la integración de múltiples plataformas.

En la fotografía existen varios elementos que ayudan a la imagen a tener un balance equilibrado, uno de esos elementos importantes es la luz debido a que permite detallar en el objeto los tonos, las formas y resaltar sus características, ayudando a dar un impacto visual (Otidiano, 2021).

Trabajos previos

Internacionales

García & Legido (2022) tesis titulada “Las relaciones existentes entre el arte y la gastronomía: el caso de Andoni Luis Aduriz y Mugaritz” para obtener el grado de doctor en la facultad de ciencia de la información, en la Universidad Complutense de Madrid, el objetivo revelar si la cocina contemporánea puede llegar a ser considerada como un arte. Su metodología está basada en un proceso de documentación exhaustiva junto a una recopilación de datos de materiales online y el visionado de otros de carácter audiovisual. Concluye que la gastronomía es una forma de arte, especialmente representada por la cocina

de Andoni L. Aduriz destacando la capacidad de que la gastronomía ayude a poder estimular los sentidos de uno mismo.

Isla (2015) en su trabajo de investigación titulado “La fotografía nocturna como recurso creativo en la representación gráfica contemporánea. La fotografía y la noche cómo método de representación del arte urbano” para lograr el Máster Oficial en Producción Artística en la Universidad Politécnica de Valencia, el objetivo es el de personificar fotográficamente las acciones que se desarrollan en la noche. Su metodología es cualitativa basada en artefactos y ejercicios creativos que él mismo aplicará al tomar las fotografías con diferentes objetivos para la cámara fotográfica. Concluye que las fotografías nocturnas llegan a ser igual de impresionantes que en el día, todo es cuestión de cómo uno lo personifique.

Nacionales

Martinez (2022) en su tesis titulada “Propuesta creativa y Plan de comunicaciones digital del Estudio fotográfico Inventiva: Producción del Manual de Marca y Gestión de Contenidos” para conseguir el título Profesional de Licenciado en Comunicación en la Universidad de Lima, el objetivo principal es el de brindar un servicio fotográfico innovador a través de stop motion y la fotografía publicitaria para promocionar los productos de los clientes, que buscan contenido de alto alcance. Su metodología es cualitativa basada en un focus group con un grupo de jóvenes de 21 a 24 años. Concluye que es vital producir contenido en redes de forma constante para mantener un alto alcance.

Pimienta & Rodriguez (2021), en su tesis titulada “Análisis de la fotografía publicitaria en la red social Instagram, caso de una marca de zapatillas, Lima, 2021” para adquirir el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad César Vallejo, tiene como objetivo el conocer cómo influye al consumidor la fotografía publicitaria en la red social Instagram. Su metodología es cuantitativa basada en un guión de entrevista. Concluyendo que la fotografía publicitaria es percibida connotativamente como un conjunto de mensajes y de forma elaborada denotativa al momento de percibirse objetivamente, generando elementos visuales y atrayentes.

Locales

Según Otiniano (2021) su trabajo de tesis está titulada como “Fotografía Publicitaria Como Estrategia De Marketing En Las Redes Sociales”, el tipo de estudio presenta una metodología cualitativa, fue de tipo descriptiva y explicativa, tomó las teorías sobre la fotografía y las usó como fuentes de información. Concluye: Los aspectos más importantes para que la fotografía publicitaria actúe de la mejor forma se necesita la originalidad de la foto y el mensaje que atraiga al público, acompañados de textos atractivos con el fin de comunicar confianza.

Ayasta & Neciosup (2021), su investigación está titulada como “Centro De Formación Gastronómica Para La Valoración Del Arte Culinario Tradicional En Pimentel”, tesis para tener el título profesional de arquitecto en la Universidad Señor de Sipán, se analiza cómo implementar una estructura de formación e investigación para abordar la falta de desarrollo del arte culinario tradicional en el eje Pimentel-Chiclayo, además se pudo observar la pérdida de identidad cultural gastronómica debido a la alteración de platos típicos tradicionales. Concluyendo el trabajo investigativo con una baja eficiencia del eje gastronómica por la dispersión de los restaurantes con una alta deficiencia en el eje gastronómico por dispersión de restaurantes en la cercanía.

Teorías relacionadas al tema

Concepto de la fotografía food styling

Molins (2015) menciona el food style o styling consiste en usar métodos y técnicas para hacer a la comida más apetecible en las fotografías, se puede usar líquidos en las frutas para dar la sensación de frescura, las carnes son pintadas de colorantes marrones para hacerlo ver más sabrosos, incluso se le llega a verter laca a las bebidas para luego echarles agua y darle el efecto de estar super heladas, todos estos son unos de los varias técnicas que la fotografía food style aplica a la hora de volver apetecibles a los alimentos a través de las imágenes.

Elementos técnicos/ factor morfológico

Elementos fotográficos

La combinación y el uso creativo de estos elementos pueden dar como resultados imágenes visualmente atractivas e interesantes.

Punto focal

Es el área de la imagen que se enfoca y se convierte en el centro de atención del espectador.

Composición

La composición se define como la organización de cada elemento dentro del encuadre de la imagen, incluyendo las líneas, las formas y los colores para crear una imagen equilibrada.

Encuadre

El encuadre es el límite que rodea la imagen, influye en la forma en que se presenta la imagen y en cómo se perciben los objetos dentro de cada composición.

Formas

Vienen a ser los contornos de los objetos en una imagen, vienen a ser de varios tipos, por ejemplo las geométricas como los círculos, cuadrados, triángulos; y las orgánicas con formas naturales.

Color

Utilizado para contagiar emociones y resaltar ciertos elementos dentro de la imagen, ayudando a crear impacto visual a los espectadores.

Espacio negativo

Es el área vacía en una imagen que rodea a los objetos principales, ayuda a equilibrar la composición.

Perspectiva

Es la forma en cómo se llega a ver el espacio tridimensional en una imagen bidimensional, utilizada para crear profundidad y sensación de distancia en una imagen.

Elementos técnicos de la fotografía

Cámara

Puede ser una cámara réflex digital, una cámara sin espejo mirrorless, una cámara de teléfono móvil u otro tipo de cámara con la que se tenga al alcance.

Sensor

Es el componente de la cámara que ayuda a registrar la luz y lo termina convirtiendo en señales eléctricas, los sensores digitales pueden ser de formato completo full-frame o tener tamaños más pequeños.

Objetivo

Son las lentes que se utilizan para enfocar la luz en el sensor de la cámara, existen diferentes longitudes focales, que facilitan determinar el ángulo de visión de las imágenes.

Diafragma

Es una apertura ajustable que controla la cantidad de luz que entra en la cámara, se interpreta en sus valores de apertura ($f/$), donde un número menor indica una apertura más grande y viceversa, lo contrario a lo que debería referirse.

Velocidad de obturador

Llega a ser el tiempo durante el cual el obturador de la cámara permanece abierto permitiendo que la luz llegue al sensor, al tener una velocidad de obturación más rápida esta llega a congelar el movimiento, mientras que una velocidad más lenta puede crear efectos de movimiento, se mide en segundos o en fracciones de segundos.

ISO

Es la sensibilidad del sensor a la luz, controla la cantidad de luz que deja entrar a la cámara, tiene un notable impacto a la hora de tomar fotografías en la oscuridad, son ajustes que se pueden utilizar por razones técnicas o artísticas del fotógrafo (Adobe, *sf*).

Balance de blancos

Es la configuración que ajusta los colores de la imagen para que parezcan naturales bajo diferentes condiciones de iluminación.

Enfoque

Es el proceso de ajustar la distancia focal de la lente para lograr una imagen nítida.

Puede ser automático o manual, dependiendo de la cámara.

Elementos simbólicos de la fotografía

Ayudan a transmitir mensajes profundos y generar conexiones fuertes con el espectador, pueden ayudar a los fotógrafos a contar historias poderosas y a crear imágenes que impacten no solo visualmente.

Luz y sombra

El contraste entre la luz y la sombra puede comunicar un mensaje simbólico sobre el conflicto entre fuerzas opuestas.

Agua

Un elemento simbólico muy versátil en la fotografía representa la vida y la fluidez. Puede simbolizar el flujo constante de la vida o la superación de obstáculos.

Naturaleza

Es un poderoso elemento en la fotografía, los árboles pueden representar la fuerza, el crecimiento y la conexión con la tierra; las flores la belleza y la fragilidad; las montañas pueden transmitir la estabilidad.

Símbolos culturales

Estos símbolos pueden representar la identidad cultural, la historia o las tradiciones de un lugar o grupo específico.

Elementos humanos

La presencia humana como las expresiones faciales, los gestos, la postura y la interacción entre las personas pueden comunicar emociones, narrativas o mensajes simbólicos.

Artefactos y objetos

Pueden representar la historia, la memoria, la identidad o las aspiraciones. Por ejemplo. Una llave puede representar el acceso a algo extraordinario.

Uso simbólico del color

Psicología del color

Martinez (1979) deduce que cualquier color estimula en cada uno de nosotros una reacción involuntaria, dependiendo del significado que nosotros les demos, sea por alguna experiencia vivida o simplemente por un sentido simbólico concreto.

Análisis semiótico

Denotación

Etecé (2021) define a la denotación como el significado principal que recogen en cada diccionario, lo que llega a ser común en todos los hablantes de un idioma: es decir, es el significado tal cual puede ser encontrado en cualquier página de internet o diccionarios.

Connotación

Son significados más profundos que no se basan en diccionarios o lo que puedas encontrar en internet, varían dependiendo de la geografía, las clases sociales o tradiciones culturales a la que pertenezca cada uno. (Etecé, 2021)

Factores interpretativos de la fotografía

Esenciales para comprender a una fotografía, los fotógrafos al considerar estos factores pueden crear imágenes impactantes y poder generar una conexión con los observadores que puedan visualizarlas.

Contexto

El contexto influye al momento de comprender y asignar significados a los elementos en la fotografía.

Intención del fotógrafo

La intención del fotógrafo puede variar, dependiendo del contexto que quiera dar a la fotografía, el transmitir una emoción, documentar una situación, provocar una reflexión o hacer una declaración.

Perspectiva

Una perspectiva elevada puede transmitir poder, mientras que una perspectiva baja puede generar una sensación de vulnerabilidad o admiración, la perspectiva llega a ser un complemento indispensable y de gran ayuda si el fotógrafo lo sabe utilizar adecuadamente.

Edición y postproducción

La edición y postproducción es la fase final del proyecto, por lo que se busca optimizar la imagen para conseguir el resultado que se necesita, ayudando a poder conseguir el objetivo con el que se inició. (Gonzales, 2021)

Emoción y subjetividad

La fotografía ayuda a evocar emociones y despertar reacciones en el espectador. Los colores, las expresiones faciales y la atmósfera generan en la imagen diferentes reacciones emocionales. En una fotografía llega hasta variar según la experiencia vivida por cada espectador. (Laiton & Quinche, 2016)

Conocimientos y referencias culturales

Los conocimientos previos y las referencias culturales varían por cada espectador, influyendo a la hora de interpretar en una fotografía.

Notoriedad para una marca

Reconocimiento / familiaridad de la marca

Reconocimiento de la marca

El reconocimiento de la marca se detecta mediante varios factores, los cuales se presentan en la siguiente sección.

Conocimiento de la marca

El reconocimiento de la marca se basa en poder reconocer y familiarizarse con una marca. Como su nombre lo indica conocer la marca sea por su nombre, logotipo o elementos representativos.

Top of Mind Awareness (TOMA)

Vico (2021) revela que el Top Of Mind Awareness es una estrategia que se emplea para llegar a posicionar una marca en la mente del consumidor.

Brand Recall

Es una medida cualitativa que ayuda a ver que tan bien cometa la marca con los consumidores, muchas veces esto se mide a través de encuestas. (Comuniza, 2019)

Familiaridad de la marca

La familiaridad de la marca se construye a través de las experiencias que cada uno haya tenido con la marca.

Exposición de marca

La exposición de la marca abarca en cómo es presentado en todos los canales de comunicación como las redes sociales, a mayor divulgación, más familiarizaciones con la marca habrá.

Experiencias previas

Las experiencias previas influyen a la hora de comentar una marca, si llega a ser positiva esa experiencia terminan recomendando a las personas, pero si llega a ser negativa los consumidores divulgan esa experiencia incluso en redes sociales.

Influencia del boca a boca

Como se estaba mencionando, la influencia del boca a boca va de la mano a las experiencias previas que uno ya tuvo con la marca anteriormente.

Diferenciación/cobertura de la marca

Elementos visuales distintivos

Los elementos visuales de cada marca ayudan a la distinción del resto; es decir, que al tener más elementos visuales convierte automáticamente a la marca en fácil de reconocer, sea por sus colores, tipografía, frases, incluso por mascotas que lleguen a tener en algunos casos.

Comunicación y storytelling

La marca debe comunicar una historia única y propia de ella, el storytelling ayuda a enlazar lo emocional con la marca, posicionando a la marca en las mentes de cada consumidor.

Cobertura de la marca

Es esencial para generar un mayor conocimiento y reconocimiento.

Presencia en múltiples canales

La presencia en múltiples canales ayuda de gran manera a ser reconocidos de manera fácil, sea por redes sociales, televisión o banners publicitarios, ampliará el alcance de la propia marca.

Publicidad y promoción

Las publicidades y promociones se difunden a través de los anuncios por televisión, radios y los medios digitales; estas acciones contribuyen al aumento de la presencia de la marca y generando interés en los consumidores.

Estrategias de contenido

Las estrategias de contenido implican desarrollar contenido sobresaliente que sea compartido por todos los canales de comunicación, estas estrategias pueden contener videos, fotografías, dinámicas por aniversarios, celebraciones por festividades, etc.

Formulación del problema

La interrogante que abordará de principio a fin en este proyecto de investigación será: ¿Cómo se puede realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua - 2023?, esta pregunta será la base primordial del proyecto que se realizará.

Justificación e importancia del estudio

El presente trabajo de investigación se enfocará en el estudio de fotografía publicitaria y el cómo debería ser usado para lograr posicionar a un restaurant que ya cuenta con renombre en la ciudad de Bagua, pero el manejo de sus redes sociales no es el de la más óptima, lo que se supone que debería ser un restaurante con sus publicaciones.

Para Sans (2019) el primero en realizar uno de los primeros bodegones fotográficos fue Nicéphore Niépce tomada a una mesa lista para comer, en esta época se necesitaba largas horas de exposición para ser captadas, dejando de ejemplos a bodegones con frutas y naturaleza muerta, sin saber que estaríamos antes uno de los primero en haber hecho una fotografía food styling; si bien no estaba pulida, era el comienzo de algo grande.

De esta manera, este proyecto tendrá un enfoque cualitativo, la cual se investigará

de forma documental utilizando la técnica de la observación, de esta forma se analizará la propuesta de creación y gestión de marca asociada a emprendimientos digitales. Los hallazgos obtenidos a partir de las guías de observación servirán para la realización de un diagnóstico que derivará en una propuesta de fotografía food styling para posicionar una marca.

Este trabajo permitirá mostrar la manera correcta el cómo debería estar estructurada una red social para ayudar a posicionarse ante todas las competencias de manera atractiva y dinámica a través de las redes sociales, se puede utilizar como modelo para el trabajo de diseñadores, agencias publicitarias, fotógrafos profesionales, especialistas en marketing y branding.

Objetivo General

Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2024.

Objetivos específicos

- Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sean reconocibles por los posibles clientes.
- Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores.
- Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.

II. METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo cualitativo, aplicado y de diseño fenomenológico. Como menciona Vera (sf) la investigación cualitativa es donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o un determinado problema. Interesándose en saber cómo ocurre el proceso que se da al asunto o al mismo problema.

Así mismo, la investigación aplicada tiene como objetivo causar un impacto en la sociedad para poder llegar a solucionar los problemas. (Hernández et.al, 2014)

Por último, el diseño fenomenológico está centrada en cómo los individuos comprenden los significados de las experiencias vividas. (Fuster, 2019, como se citó en Barbera e Inciarte, 2012)

Escenario de estudio

La investigación se llevará a cabo en la ciudad de Bagua, en la región de Amazonas, ubicada en la región norte de Perú. Donde se buscará examinar las diferentes opiniones de diversos clientes y expertos en el área sobre cómo es presentada la comida en los restaurantes y en base a eso poder realizarle una propuesta de fotografía food styling. Se ejecutará en el restaurante Toretto's 378 Grill & algo más, el cual está ubicado en Jr. San Pedro 748, en la ciudad de Bagua.

Caracterización de sujetos

En la investigación se realizará una serie entrevistas, las cuales se tomarán en cuenta a las personas que residan en la ciudad de Bagua, que pertenezcan al nivel socioeconómico C y C+, varones y mujeres de 18 a 65 años, expertos en el área de la fotografía y personas que estén dispuestas a cooperar para ser interrogados, en concreto 20 serán los entrevistados para este trabajo de investigación.

El promedio de clientes que tiene al mes el restaurante ronda los 750, para estas entrevistas se excluirán aquellas personas que no sean de la ciudad de Bagua y las que no ayuden con contribuir con el trabajo.

Técnicas de recolección de datos

En este proyecto cualitativo se empleará la entrevista como medio de recolección de datos. Díaz, Torruco, Martínez & Varela (2013) mencionan que la entrevista es un instrumento técnico de gran utilidad para recolectar datos, siendo más eficaz que un cuestionario a la hora de obtener información más profunda, permitiendo aclarar dudas que se tengan durante el proceso asegurándonos respuestas más útiles.

Esta técnica de recolección ayudará a buscar información de personas/clientes del restaurante, con el propósito de obtener opiniones con respecto a cómo llegan a ser presentados los platillos en las redes sociales.

Instrumentos de recolección de datos

La investigación tiene como instrumento de recolección una guía de entrevista, Abtipper (2020) explica que es diseñada por el entrevistador para guiarse en toda la entrevista asegurándose de que se tratan todos los temas y preguntas establecidas, conteniendo una lista de temas que se plantean; de los 3 tipos de guías que existen, solo la entrevista semiestructurada será la utilizada en esta investigación por la flexibilidad que da para explorar las posibles nuevas ideas que surjan.

Procedimientos para la recolección de datos

La recolección de datos inició enfocándose a proponer la idea de implementar la fotografía food styling en las redes sociales del restaurante, de la cual se obtuvieron dos variables e indicadores plasmados en la matriz de operaciones que ayudaron a la creación de una guía de observación, concluyendo con la validación de docentes de la Escuela de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la Universidad Señor de Sipán.

Esta guía de observación finalmente se aplica a una muestra de 20 personas/clientes que acudan al restaurante a degustar del ambiente y comida que se llega a ofrecer.

Procedimiento de análisis de datos

Para el análisis de los datos resultantes de cada guía de observación se utilizó la triangulación de testimonios, Hernández et al. (2014) explica que la triangulación se basa en

tomar distintos datos para el compendio de la información obtenida.

Criterios éticos

Los investigadores deberán enfrentarse a la consideración de las implicaciones y las interacciones con los participantes del estudio, así como a la forma en que llegan a presentar sus resultados. (Noreña et.al., 2012)

Todo esto en base a los principios generales y principios específicos establecidos en los Art. 5 y Art. 6 en el Código de Ética en Investigación de la USS S.A.C.

Recursos humanos

El presente proyecto de investigación será desarrollado por una estudiante de la facultad de la carrera de Artes & Diseño Gráfico Empresarial, con el fin de seguir aportando nuevo entendimiento en el área de la fotografía, publicidad y del marketing, dicha investigación cuenta con un asesor que brinda la orientación metodológica a lo largo del proceso de la investigación.

Financiamiento

Los gastos que se necesite en la presente investigación serán asumidos por la estudiante.

III. RESULTADOS

3.1 Triangulación de datos

ITEM	PREGUNTA	INFORMANTE 1	INFORMANTE 2	INFORMANTE 3	SINTESIS
Punto focal	¿Qué elementos visuales en una fotografía de comida captan más su atención?	Los elementos visuales que captan más mi atención son las texturas que tenga el objeto, si es un plato de muchos elementos o ingredientes, creo que es muy importante considerar lo que se va a considerar, los colores y organización también, pero si llegamos a tocar en detalles técnicos hablaríamos del triángulo de exposición, el ISO, la obturación y diafragma.	Por elementos visuales te refieres a las cosas extras que acompañan al producto principal, creo que sería la presentación al plato, los cubiertos que vienen con el plato en sí, aparte de no ser los cubiertos cosas adicionales que sé que vienen como el plato, creo que esos elementos son importantes a destacar no solo por la parte visual de la fotografía; por ejemplo las yo quiero ir a un lugar en donde me sirvan algo bueno no, si me dan una fotografía donde todo sea bonito pero al momento de ir al restaurante me la	El color me parece uno de los que más me llamarían la atención y los que pues como consumidor me gustaría visualizar ya que es el elemento que más persuade sobre la calidad de un producto en cómo uno lo percibe.	Los entrevistados destacan distintos aspectos al hablar de elementos visuales en fotografías de productos. Para el primero, las texturas, colores, organización y detalles técnicos como el triángulo de exposición son cruciales. En contraste, el segundo considera que los elementos adicionales, como la presentación y los cubiertos, también son vitales, ya que influyen en la experiencia del consumidor. Por

			<p>sirven como si nada o de cualquier forma eso me da una fea experiencia, de haber visto esa fotografía que bueno se ve todo bacán no, pero al final te dan otra cosa entonces considero que cada elemento que se muestra en una fotografía cuenta como una parte importante en los elementos visuales.</p>		<p>último, el tercer entrevistado resalta la importancia del color como un factor persuasivo que afecta la percepción de la calidad del producto.</p>
Composición	<p>¿Cómo cree que la composición afecta la percepción de la calidad y atractivo de un plato en una fotografía?</p>	<p>Es muy importante porque en la fotografía no se ve como las fotos que se usan para estudios, o incluso de ambiente, mayormente la organización es triangular con jerarquía, es lo que yo te podría decir en los años que he podido tener junto a la fotografía.</p>	<p>Y en el tema de composición y organización yo creo que es bastante importante también, porque si bien es cierto como mencioné anteriormente nuestro objetivo es el plato principal, es importante mostrar que sabemos que tenemos la capacidad de nosotros armar una composición que no solo cumple con el objetivo de atraer</p>	<p>Ah bueno, mientras más ordenado o tematizado este, creo que te hace intuir un poco la comida que se vende en la marca y también un poco por lo que quiere comunicar a través de la fotografía.</p>	<p>Las respuestas destacan la importancia de la composición y organización en la fotografía de alimentos. Se resalta que la organización triangular con jerarquía es clave, no solo para estudios, sino también para transmitir profesionalismo y</p>

			<p>clientes sino dar a entender que somos personas profesionales o que son personas profesionales que saben cómo servir, saben cómo preparar, saben todo este proceso de una presentación buena para el plato.</p>		<p>atraer a los clientes. Además, se menciona que la presentación ordenada y tematizada puede comunicar efectivamente el tipo de comida y el mensaje deseado a través de la fotografía. En resumen, la composición cuidadosa no solo mejora la estética de las imágenes, sino que también comunica información importante sobre la marca y el plato presentado.</p>
Encuadre	<p>¿Cómo percibe la disposición y organización de los elementos en la fotografía de comida?</p>	<p>Considero al rojo muy importante para la fotografía food styling por el tema de la psicología del color, que se aplica en</p>	<p>Creo que depende mucho de que comida sea, hoy es muy diferente el ir a una ir a un restaurante de platos marinos que, a uno de postres, los</p>	<p>Ah bueno, los colores cálidos creo que son los que llamarían la atención, y con respecto a la forma serían</p>	<p>En fotografía de food styling, se destaca por su influencia en la psicología visual. La atención se ve atraída por colores</p>

		<p>este tipo de fotografías, tener en cuenta que, si la fotografía llega a tener muchos más colores resaltantes, llamara aún más la atención visualmente.</p>	<p>platos marinos vienen con muchos más ingredientes se ven muchos más colores, muchas texturas, muchas formas diferentes, todo lo contrario, a un postre, un postre a veces o normalmente es un poco más simétrico, tiene colores también pero no tanta variedad de ingredientes por separado como lo tiene un plato de comida marina.</p> <p>Para mí ambas maneras son atractivas si sabes cómo encontrar primero la razón de la fotografía claro que obviamente si tú buscas atraer a personas para comida marina tienes que buscar formas y colores más variados más vivos más atractivos, pero si tu buscas atraer</p>	<p>bueno no hay formas exactas, pero aquellos productos que se vean más frescos dentro de la fotografía creo que son mucho más atractivos para el ojo humano.</p>	<p>llamativos, y en el contexto de la comida, el rojo puede resaltar y captar la atención. Además, la elección del color también depende del tipo de comida; los platos marinos tienden a ser más coloridos y variados en texturas, mientras que los postres suelen ser más simétricos y menos complejos en términos de ingredientes. En términos de forma, no hay reglas estrictas, pero la frescura de los productos en la fotografía se considera atractiva para el ojo humano, junto con la preferencia por</p>
--	--	---	---	---	---

			clientes o personas que les gusten más los postres sutiles que combinen bien entre sí; aparte el ambiente es parte de esto, no podría decirte cuál es me resultan más atractivos porque ambos son atractivos y diferente en muchos aspectos en general.		colores cálidos para llamar la atención.
Formas y color	¿Qué colores y formas en una fotografía de comida le resultan más atractivos?	Es demasiado importante la elección de una buena cámara, si uno quiere enfocarse netamente en la fotografía deberías adquirir una Nikon, pero si quieres ingresar al mundo del video elige una Canon y Sonic siendo esta ultima la que recomiendo más que la Canon.	Eh bueno no considero que la cámara sea un factor clave, creo que es más el lente porque es igual que en el caso anterior como mencioné, los platos que necesitan quizá un enfoque más general de cómo está conformado de cómo está servido; a otros que necesitan un enfoque más detallado para esto se utilizaría quizá un lente macro o de estos que quizá nos permitan tomar más de	Bueno, sí es verdad que la cámara no afecta tanto por el tema de la calidad o las resoluciones, pero en verdad no creo que tenga tanta relevancia dentro de las fotografías de comida.	Las respuestas sugieren que la elección entre Nikon, Canon y Sonic depende del enfoque específico del usuario, ya sea fotografía o video. Sin embargo, la segunda respuesta destaca la importancia del lente sobre la cámara, enfatizando que la elección del lente es crucial para capturar detalles

			<p>detalle el producto en sí, entonces es importante la elección del lente más no de la cámara, otras personas tienen gustos por la marca de la cámara, creo que es más importante la elección de la lente.</p>		<p>específicos en la fotografía de alimentos. Por otro lado, la tercera respuesta minimiza la relevancia de la cámara en la calidad de las fotografías de comida, sugiriendo que no afecta significativamente la calidad o resolución de las imágenes.</p>
<p>Espacio negativo y Perspectiva</p>	<p>¿Qué piensa sobre el uso de técnicas de composición como el espacio negativo y la perspectiva en la fotografía de comida?</p>	<p>Mientras el sensor sea más grande y de mejor calidad te podrá sacar mejor resolución y calidad, y así con todos los diferentes objetivos como por ejemplos los angulares, los gran</p>	<p>Creo que como mencioné anteriormente depende mucho del tipo de fotografía, de los alimentos que quieras mostrar hay algunos que vas a necesitar un objetivo y un sensor diferente por el tipo de</p>	<p>Aquí sí cambiaría bastante ya que hay lentes que pueden trabajar de formato macro, o sea hay planos que son un poco más cerca del platillo o el producto que se</p>	<p>La calidad de las fotografías depende en gran medida de la combinación entre el sensor de la cámara y el tipo de lente utilizado. Un sensor más grande y de mejor calidad</p>

		<p>angulares que sirven para tomas más abiertas.</p>	<p>fotografía, quizá quieras algo más detallado, si quieres algo más general o no sé ponerte un poco más creativo con las fotografías, esto depende ya de uno mismo o de cómo quieres presentar estas fotografías.</p>	<p>vaya a fotografiar así que ahí sí hay bastante importancia, hay más relevancia en cuanto al lente en comparación a la cámara, el sensor también afecta un poco a la calidad ya que esto da un mejor calibre, y el equilibrio entre luces y sombras. Aunque esto se pueda solucionar en post producción.</p>	<p>contribuirá a una mayor resolución y calidad de imagen. Asimismo, la elección del objetivo, como los angulares o gran angulares, puede influir en la amplitud de las tomas. En el caso específico de la fotografía de alimentos, la selección del sensor y del objetivo se vuelve crucial. Un lente especializado en formato macro puede ser fundamental para capturar detalles cercanos del platillo, y la elección del sensor también afecta la calidad, influyendo en el calibre y el equilibrio entre</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>luzes y sombras. Aunque algunos aspectos pueden corregirse en postproducción, la importancia del lente en la fotografía de alimentos destaca, ya que determina aspectos clave de la composición y detalle, siendo crucial para presentar las imágenes de manera efectiva según el enfoque deseado.</p>
Cámara	<p>¿Qué opinión tiene sobre la importancia de la elección de la cámara en la fotografía de comida?</p>	<p>Considero importante a los 3, porque no se podría tomar una fotografía sin la otra, son indispensables en pocas palabras.</p>	<p>Me he podido informar de cómo hacer este tipo de fotografías en su momento dándome cuenta que la velocidad obturación no están relevante, creo que es más relevante tanto el</p>	<p>Bueno, creo que lo más importante sería el diafragma ya que con esta vamos a jugar bastante con el enfoque, sea desenfocando o</p>	<p>La importancia de los tres elementos (velocidad de obturación, ISO y diafragma) es fundamental en la fotografía, ya que cada uno</p>

			<p>ISO como el diafragma porque la velocidad de obturación obviamente se puede modificar según el movimiento y todo esto pero, al ser un plato de comida pues normalmente no tiene movimiento a menos que quizá estás esparciendo algo por encima o le estés echando algo, ahí probablemente sí es necesario el tener en cuenta la velocidad del obturador; sin embargo, creo que en la mayoría esto es estándar, depende bastante de la luz que tu tengas obviamente del fondo que tú desees.</p> <p>He visto que hay fotografías principalmente de postres que tienen un fondo un poco más blanco que se siente un poco más de luz como</p>	<p>enfocando a los objetos.</p>	<p>desempeña un papel indispensable en la captura de imágenes. La información adquirida destaca la relevancia del ISO y el diafragma al realizar fotografías, sugiriendo que, en el contexto de capturar platos de comida, la velocidad de obturación podría no ser tan crucial, a menos que se presente algún movimiento específico. Se subraya la idea de que el diafragma es especialmente crucial, ya que influye significativamente en el enfoque de la imagen,</p>
--	--	--	---	---------------------------------	--

			<p>hay otros que se ponen un poco creativos y muestran un fondo negro y sobre el plato de comida este fondo no se ve nada más entonces creo que no podría dar una configuración exacta pero sí es necesario a veces el llevar un poquito más al límite o ponerse un poco más experimentales con el ISO y con el obturador para poder conseguir las tomas que uno necesita.</p>		<p>permitiendo ajustes como desenfoco o enfoque selectivo. En resumen, la interconexión de estos elementos es esencial para lograr fotografías de calidad, abordando sus roles específicos en distintos contextos.</p>
<p>Sensor y Objetivo</p>	<p>¿Cómo considera que la elección del objetivo y el sensor afecta la calidad de las fotografías de alimentos?</p>	<p>La composición debe de ser organizada en todo tu encuadre, en como este organizada las cosas, el fondo, el ambiente, que todos los detalles se tomen en cuenta, si el plato es como más orgánico que el</p>	<p>Creo que la composición no necesariamente afecta la calidad, pero sí al atractivo porque si tú muestras un producto te puede atraer clientes, ahora si tú muestras una composición para esta fotografía le pones productos atrás quizá</p>	<p>Afecta dependiendo de cómo sea el bodegón de la fotografía, si se presenta como productos relacionados o algún decorativo, puede ser una mesa bien ordenada creo que</p>	<p>La organización de la composición en una fotografía es esencial para transmitir la calidad y atractivo de un producto. Debe cuidarse la disposición de elementos en el encuadre, considerando</p>

		<p>fondo tenga un toque natural, si el palto es una parrilla que el fondo tenga esa sensación de haber estado en la parrilla.</p>	<p>de lo que está hecho quizá algunos insumos que usaste, los acompañamientos y todo esto obviamente va a traer más clientes porque tu fotografía se hace más atractiva, entonces yo creo que en eso afecta la composición, no tanto en la calidad, pero sin el atractivo.</p>	<p>eso ayuda mucho también a partir de qué calidad tiene el producto y también en cuanto a cómo sería la forma, un poco más de acuerdo con la fotografía a tu intención, si bien es publicitaria o si viene a ser un poco más jugando con los ingredientes dentro de una composición.</p>	<p>detalles como el fondo y el ambiente. Si el plato es orgánico, el fondo debe reflejar un toque natural, mientras que, si se trata de una parrilla, el fondo debe evocar esa sensación. Aunque la composición no necesariamente afecta la calidad de la imagen, sí influye en su atractivo, especialmente en contextos publicitarios. Mostrar productos relacionados o insumos en la composición puede hacer la fotografía más atractiva para clientes potenciales,</p>
--	--	---	--	---	---

					generando un impacto positivo en la intención publicitaria. En resumen, la composición cuidadosa contribuye tanto a la calidad visual como al atractivo comercial de la imagen.
Diafragma, Velocidad de obturador, ISO	¿Qué configuraciones técnicas (diafragma, velocidad de obturador, ISO) considera cruciales para obtener imágenes impactantes de comida?	Normalmente el usar espacio negativo se usa bastante para la edición, para reconocer errores que tenga, y la perspectiva debe de ser como más experimental no conformarse con una toma, si no aplicar y usar muchos ángulos u	Yo creo que las técnicas pues son buenas en toda fotografía, una técnica es buena pero claro depende del mensaje o de el objetivo de tu fotografía, así que no podría decir que me parecen que son malas, pero sí considero que son buenas dependiendo de qué quiero o porque estoy	Disculpa paso a la siguiente pregunta.	La aplicación del espacio negativo en la edición fotográfica se utiliza principalmente para identificar errores y adoptar una perspectiva experimental. Se sugiere no conformarse con una sola toma, sino explorar

		<p>perspectivas que favorezcan lo que uno quiere transmitir.</p>	<p>usando estas técnicas en la fotografía no, claro que para esto debes tener un buen uso y manejo, saber el por qué estás usando estas técnicas, el por qué no las debería usar en ciertas ocasiones.</p>	<p>diversos ángulos y perspectivas que favorezcan la transmisión del mensaje deseado. En cuanto a las técnicas fotográficas, se destaca la importancia de considerar el mensaje u objetivo específico de cada imagen. No se considera que ninguna técnica sea inherentemente mala, sino que su efectividad depende del contexto y la intención del fotógrafo. Se enfatiza la necesidad de un manejo experto de las técnicas, comprendiendo por qué se eligen</p>
--	--	--	--	--

					en cada situación y cuándo es apropiado abstenerse de su uso.
Balance blancos y Enfoque	¿De qué manera cree que el balance de blancos y el enfoque influyen en la presentación de alimentos en una fotografía?	El balance de blanco ayuda a la edición; por ejemplo, si uno quema la fotografía olvídate que vas a tener texturas bien registradas en tu fotografía.	Creo que el balance de blancos al igual que el enfoque son importantes porque como mencioné en la primera pregunta nuestro objetivo es mostrar nuestro plato principal, sobre todo cuando estamos trabajando con una composición, el enfoque obviamente debe ir sobre nuestro plato principal y dejar un poquito atrás los acompañamientos o el resto que influye en la composición, obviamente no desenfocarlo todo	Bueno influye bastante, está comprobado que sí una persona cuando ve una fotografía de algún producto o aplica el método en una temperatura fría, lo que normalmente lo va a relacionar con comida pues que está pasada o comida de mala calidad, porque el frío significa frialdad, entonces se nos va de acuerdo un poco con los productos ya que la mayoría	La corrección del balance de blancos es esencial para la edición fotográfica, ya que afecta la representación de texturas. Además, tanto el balance de blancos como el enfoque son cruciales al mostrar platos principales en composiciones. En la postproducción, se sugiere centrar el enfoque en el plato principal sin desenfocar excesivamente los

			<p>porque esto dañaría la presentación de la imagen, pero sí es bueno tener en cuenta un buen enfoque para nuestro producto principal, depende de cómo uno ha tomado la fotografía, eso ya es parte de una postproducción de una edición, bueno si la fotografía lo requiere pues está en editar el balance de blancos pero sí has usado tus equipos de iluminación y todo esto, probablemente no sea tan necesario.</p>	<p>de los alimentos se comen de forma caliente esa es mi opinión.</p>	<p>acompañamientos. La edición del balance de blancos puede ser necesaria según la iluminación utilizada, pero si se emplean equipos de iluminación, puede no ser tan crucial. La temperatura del color también influye, ya que se ha demostrado que una tonalidad fría puede afectar la percepción de calidad en alimentos, ya que se asocia con frialdad, lo que puede interpretarse negativamente en productos alimenticios.</p>
--	--	--	--	---	---

<p>Luz y sombra</p>	<p>¿Cómo percibe la influencia de la luz y sombra en la presentación de la comida en una fotografía?</p>	<p>Influye bastante, porque no puedes tomar bien una foto si el plato no está bien iluminado, si quieres darle un ambiente de tensión debes de buscar la manera de aplicar esa sensación; por ejemplo, con la temática de Halloween, o el de navidad que vendría a tener más luz.</p>	<p>Por lo que he visto de la luz, creo que es más importante en la fotografía porque normalmente cuando uno toma una fotografía a un plato o a lo que sea, esto genera una sombra muy fuerte esto afecta no solo al plato en sí sino a la composición en general, es por eso que lo recomendable es tener un buen ambiente de luz, tener rebotadores, tener paneles para para que se pueda manejar mejor esta parte, obviamente no va a desaparecer la sombra por completo pero sí es mejor el difuminarla un poco para que esto no ensucie nuestra foto o no la manche.</p>	<p>Es pues súper importante si jugamos bien la fotografía con las luces, con el esquema de luz que se tenga para el producto, incluso se puede cambiar totalmente la intención que se tiene para el producto, se puede cambiar mucho con el manejo de la luz, siendo más importante el tener un equipo fotográfico o la técnica que vayas a usar.</p>	<p>La iluminación desempeña un papel crucial en la fotografía de alimentos, ya que afecta directamente la calidad de la imagen y la percepción del producto. Una buena iluminación no solo resalta los detalles del plato, sino que también permite crear ambientes específicos, como el uso de luces para transmitir sensaciones como tensión o festividad. Además, se destaca la importancia de gestionar las sombras, ya que estas pueden</p>
----------------------------	--	---	--	---	--

					afectar negativamente la composición general de la fotografía. La manipulación hábil de la luz, a través de técnicas y equipos fotográficos adecuados, se presenta como un factor clave para cambiar la intención visual de un producto y mejorar la calidad de la imagen final.
Agua	¿Considera que la incorporación de agua en las imágenes de comida puede realzar la presentación y atractivo visual?	Depende de que liquido se esté usando, lo que pasa es que distintos líquidos pueden hacerse pasar por agua, esos líquidos	Bueno no sé si te refieres a agua como tal o a un líquido en sí, porque normalmente hay platos que vienen a veces con apañamiento con alguna salsa o	Bueno el agua, bueno pasó creó, no entiendo del todo la pregunta en sí.	La inclusión de líquidos en bebidas y platos puede depender del tipo de líquido y del contexto específico.

		<p>ayudan a mejorar y dar frescura a tu bebida o cualquier coctel que se quiera mantener el ese concepto.</p>	<p>cosas así que son líquidos espesos y en la fotografía a veces se usa el aceite en ese caso eh pues, yo considero que está bien; ahora si hablas de agua como tal pues esto también depende de que comida estemos hablando, porque si no hay una razón para que el agua esté ahí entonces naturalmente no debería estar ahí, considero que esa es la manera en la que se debería presentar pero si no tiene una razón de ser o por qué estar ahí no debería ir a menos que sea parte del plato o como mencioné si es que no te refieres al agua como tal y te refieres a un líquido pues eso ya es muy diferente.</p>	<p>Diferentes líquidos pueden mejorar y refrescar las bebidas o cócteles, proporcionando un enfoque agradable. En cuanto a la presencia de agua o líquidos en alimentos, la decisión varía según el tipo de comida. En algunos platos, líquidos espesos como salsas o aceites pueden ser considerados adecuados, especialmente cuando forman parte integral de la preparación. Sin embargo, si se trata de agua, su inclusión debería tener una razón justificada en el plato, ya sea como</p>
--	--	---	---	--

					parte esencial o como un elemento que contribuye a la presentación general. En resumen, la presencia de líquidos en bebidas y alimentos debe ser coherente con la naturaleza del líquido y la lógica de su inclusión en el contexto específico de la preparación culinaria.
Naturaleza	¿Qué opinión tiene sobre la integración de elementos de la naturaleza en la composición de las fotografías de comida?	Los elementos naturales no solo son los que nos pueden ayudar a aplicar a la fotografía, se puede usar un mantel con patrones, un	No es muy común creo yo, el ver que se usen elementos así en las fotografías pero, como ya he mencionado, depende de un contexto de por qué tengo que usarlos; o	Va a depender bastante de qué producto fotografías, porque hay algunos productos que no van relacionados, puede ser que las	La elección de elementos no naturales, como mantels con patrones, sombreros o gorros de Navidad, puede contribuir a

		<p>sombrero si se quiere tener la temática norteña, o un gorro de navidad para transmitir la temática navideña.</p>	<p>sea, es necesariamente indispensable el usar estos elementos o solo lo estoy poniendo porque considero que se ven bonitos, a partir de esta pregunta creo que viene ahí el uso de: si debo o no debo hacerlo, por qué si es cierto a veces se ve como que nuestros productos son frescos son naturales, a veces en la fotografía puedes decir no que esto no está bien, porque obviamente son productos que vienen de afuera que posteriormente pasan por un proceso de lavado y limpiado para que después vayan a ser estos procesados a una cocina entonces debes pensar bien ahí el por qué los estoy usando y por qué no los debo usar.</p>	<p>fotografías que no combinan con elementos naturales si llega a ser frituras, pero tal vez comida criolla que sea artista o comida tradicional ahí creo que sí conviene y ayuda y aporta un plus dentro de la fotografía.</p>	<p>transmitir temáticas específicas, como la norteña o la navideña. Sin embargo, la inclusión de estos elementos debe ser cuidadosamente considerada en función del contexto. Es crucial evaluar si su uso es indispensable para transmitir la frescura o naturalidad de los productos, especialmente en el caso de alimentos que pueden haber pasado por procesos de lavado y limpieza. La pertinencia de incorporar elementos no</p>
--	--	---	--	---	--

					naturales en la fotografía también varía según el tipo de producto, ya que algunas imágenes pueden beneficiarse de la conexión con elementos naturales, mientras que otras, como las de frituras, pueden no requerirlos. En última instancia, la decisión de utilizar estos elementos debe estar fundamentada en la coherencia con la temática y la contribución positiva que pueden aportar a la imagen.
Símbolos culturales	¿Cómo piensa que los símbolos culturales pueden ser representados en la fotografía de	Esta pregunta es muy buena, ya que es complicado responderla de una manera correcta,	No se me ocurre una manera de cómo integrar símbolos culturales en la fotografía de comida,	Con props, que son como elementos que se usan para fotografía	Integrar símbolos culturales en fotografías de comida puede lograrse de

	<p>comida para resaltar la identidad de un restaurante?</p>	<p>los temas culturales muchas veces tienen como un estilo propio que está ligado a algunos platos bandera; por ejemplo, un plato con temática norteña, agregaríamos un sombrero que está ligado a la parte norte de nuestro país.</p>	<p>quizá con pequeños elementos que acompañen el plato en sí, que no sean exagerados o grandes, no creo que sea la mejor manera, sí quizá tener un detalle en el fondo pequeños elementos que suelen ser grabados en los platos; es decir, en el elemento del plato no en el que se esté haciendo la comida o cositas así, pero otra manera la verdad no se me ocurriría.</p>	<p>publicitarias que estén relacionados con la cultura, pero también se puede incluir dentro de la fotografía de alimentos.</p>	<p>diversas maneras. En primer lugar, es relevante considerar el estilo propio asociado a temas culturales, como la inclusión de elementos distintivos, como un sombrero, que reflejen la región o temática del plato. Además, se sugiere la incorporación de pequeños detalles en el fondo, evitando exageraciones, que estén grabados en los platos para agregar un toque cultural sin distraer del platillo principal. También se plantea la opción de utilizar "props", elementos asociados a la</p>
--	---	--	---	---	--

					cultura y utilizados en fotografía publicitaria, que pueden ser integrados de manera armoniosa en la composición de la fotografía de alimentos.
Elementos humanos	¿Qué impacto cree que tienen los elementos humanos en las fotografías de comida en la percepción de autenticidad y conexión emocional con la marca del restaurante?	La experiencia es un factor clave para poder resaltar más la comida, te va a encantar más una comida donde veas como las personas lo está disfrutando, te anima en ir a experimentar esa misma sensación que tú mismo estás viendo.	Yo creo que sí definitivamente es importante el impacto o si se genera impacto el usar personas en tus fotografías, pero no siempre ayuda, en el contexto de la percepción de autenticidad y la conexión emocional que tiene la marca del restaurante, pues obviamente sí está bien porque en un restaurante vas a un público abierto, vas a	Bueno la integridad de humano se refiere a incluir como acciones humanas dentro de la fotografía de productos, como personas comiendo de un platillo o tal vez en la composición que se viera como toma una porción de un pastel, esto ayuda mucho porque al	La experiencia resulta fundamental para realizar la apreciación de la comida. Observar a personas disfrutando de un platillo crea un estímulo positivo, incitando al espectador a buscar esa misma experiencia. En cuanto al uso de personas en fotografías, su

			<p>las personas que siempre van consumiendo comida, entonces ya tú ves que esas personas disfruten, pero si por ejemplo eres no sé una tienda y quizá estás solo promocionando el producto pues ahí obviamente solamente la fotografía del producto en sí ya no necesitarías el recurso humano.</p>	<p>consumidor le genera como lo identificación con el producto, lo hace más humano en la fotografía y es como que un llamado para que el consumidor haga lo mismo.</p>	<p>impacto varía según el contexto. En restaurantes, la presencia humana refuerza la autenticidad y la conexión emocional con la marca, ya que se dirige a un público consumidor. No obstante, en otros contextos, como promocionar productos en una tienda, la fotografía del producto puede prescindir de la presencia humana. La integridad humana en la fotografía de productos implica incorporar acciones humanas, como personas disfrutando de un platillo o interactuando con</p>
--	--	--	---	--	---

					el producto. Esta estrategia crea una identificación del consumidor con el producto, otorgándole un carácter más humano y generando un llamado a la acción para que el consumidor emule la experiencia.
Artefactos y objetos	¿Qué objetos adicionales considera relevantes para complementar la presentación de la comida en una fotografía y por qué?	Bueno, hay muchos objetos relevantes que se pueden usar para acompañar la composición que ayudan a complementar una fotografía, ya que en la composición de una fotografía se	Yo creo que depende de la intención de la fotografía, no es lo mismo el presentar un helado en una copa y al lado no se con una cereza y al lado un par de cubiertos con una servilleta todo en un fondo neutral, así no es	Tal vez dependa mucho del concepto de qué restaurante o qué marca vas a hacer la fotografía, el color de su producto también puede depender de qué comida es,	En la composición fotográfica, la elección de objetos relevantes es crucial para complementar la imagen. Cada detalle se evalúa cuidadosamente para mejorar la

		ve y se calcula cada detalle que se use en ella.	una fotografía de un helado pero no sé; por ejemplo, puedes presentar también un helado que es de fresa y tiene fresas en su copa, entonces creo que es importante mostrar las cosas con las que viene o las cosas con las que está preparada entonces depende de tu intención si tú quieres mostrar cómo está preparado, pues los objetos adicionales que puedes mostrar son los ingredientes o productos que se usaron para la elaboración de este.	los objetos adicionales, va a depender mucho también del concepto, así que no hay una respuesta exacta para esto.	calidad visual. La selección de objetos adicionales puede depender de la intención de la fotografía; por ejemplo, presentar un helado con ingredientes y utensilios puede transmitir cómo está preparado. Asimismo, el concepto del restaurante o marca, así como el color del producto, influyen en la elección de objetos adicionales. No hay una respuesta única, ya que todo depende del contexto y la intención específica de la fotografía.
Psicología del color	¿Cómo considera que la selección de colores influye en la	La selección de colores obedece la misma teórica del	El creo que depende de la identidad de la marca, también muy	No necesariamente tienes que seguir	La elección de colores en la presentación de

	<p>percepción de los platos y en la promoción de la marca del restaurante?</p>	<p>color y psicología, pero llama más la atención el rojo, los colores resaltantes, comprobándose ya que el color como el rojo y el amarillo llama la atención de las personas, y en los platos se usa el mismo método, pequeños detalles de color que ayudan a potenciar la sensación que se desea desde el principio.</p>	<p>aparte de los colores que ya como mencioné en la segunda o tercera pregunta se tendrían que tener en cuenta no dependiendo del plato de la comida que se está sirviendo, porque tienen que resaltar de diferente manera, pero ahora si tú también tienes por ejemplo un feed en Instagram donde muestra estos productos lo mejor a veces es el mantener una gama de colores dependiendo de la gama de colores de tu marca eso es bastante importante al momento de seleccionar los colores y de promocionar tu marca como restaurante.</p>	<p>la psicología del color; por ejemplo, que el color naranja influya mucho en el ser humano haciendo que provoque a la comida o que la o se le antoje más, pero sí tiene la fotografía que transmitir los valores o lo que quiere comunicar la marca.</p>	<p>platos se rige por la teoría del color y la psicología. Se destaca que colores llamativos como el rojo atraen la atención, aplicando así principios psicológicos a la presentación de alimentos. Además, se sugiere que la selección de colores puede depender de la identidad de la marca, considerando la coherencia visual en plataformas como Instagram. Aunque se plantea que no es imperativo seguir la psicología del color, se enfatiza en la importancia de que la fotografía</p>
--	--	---	---	--	---

					transmita los valores y la comunicación de la marca, más allá de influencias directas en el apetito.
Denotación	¿Qué elementos en una fotografía de comida captan su atención y por qué?	Yo diría que los patrones y la textura, porque me gusta ver bastante la textura de los objetos; por ejemplo, la textura de un pastel, que te transmita la suavidad a tal punto que te deje babeando por esta.	Principalmente por así decirlo sería el plato principal en teoría es el que debería tener más protagonismo, el que estar mejor preparado, mejor servido, mejor adornado, más enfocado, con más luz, entre otras cositas que ya hemos que he mencionado en las anteriores preguntas así que creo que el elemento que más debería resaltar o que más me llama la atención es el plato principal.	Para mí sería el color que se vaya a usar porque hay veces que una fotografía puede estar o muy poco saturada, con una temperatura fría o muy saturada entonces siempre es como buscar el equilibrio en la fotografía.	La atención en la fotografía culinaria se centra en distintos elementos, siendo los más destacados los patrones, texturas y colores. La preferencia por resaltar la textura de los objetos, como la suavidad de un pastel, es compartida con la importancia atribuida al plato principal. Este último debe destacarse como

					<p>el foco principal, cuidando su preparación, presentación y detalles visuales. Asimismo, se enfatiza la relevancia del equilibrio en el uso del color para evitar saturaciones extremas o temperaturas desfavorables en la imagen final. En conjunto, estos aspectos contribuyen a la creación de fotografías culinarias atractivas y equilibradas.</p>
Connotación	¿Cómo interpreta los elementos visuales y	Debemos tomar en cuenta los detalles, si llega a ser un	Es dependiendo del restaurante, si por ejemplo el restaurante	Bueno esto también la pasó,	Al diseñar la temática de un restaurante, es

	<p>simbólicos en relación con la comida y la marca del restaurante?</p>	<p>restaurante de comida nortea, obviamente debe de haber detalles y elementos norteos que ayuden a evidenciar esa temática.</p>	<p>tiene una temática o ya tiene una identidad bastante marcada, que las personas ya saben qué cosas son exclusivamente de esa marca, supongo que los elementos ya se verán reflejados en la marca en; quizá tienes los vasos ya estampados con el logo de tu marca eh no sé o los platos tienen grabados algo, quizá en el fondo debe no sé cosas que son muy llamativas de tu marca eso depende mucho ya de la marca o del restaurante.</p>	<p>no la entiendo muy bien.</p>	<p>crucial considerar los detalles que reflejen la identidad específica del lugar. En el caso de un restaurante de comida nortea, es fundamental incorporar elementos y detalles que destaquen la temática regional, como decoraciones específicas y elementos visuales que evocan la cultura nortea. Además, la identidad de la marca puede manifestarse en detalles ya establecidos, como la presencia del logo en los vasos o grabados distintivos en los</p>
--	---	--	---	---------------------------------	--

					<p>platos. En resumen, la coherencia temática se logra a través de la incorporación de elementos visuales y detalles que reflejen la identidad específica del restaurante, ya sea a través de una temática regional o de la proyección de la marca.</p>
Contexto	<p>¿Qué opina sobre el papel del contexto en la interpretación de una fotografía de comida?</p>	<p>Muchas veces el plato busca contar una historia, busca adaptarse perfectamente a la identidad de la marca, he podido ver algunas fotografías donde colocaban una mesa muy rustica y al lado un cráneo de vaca, decorado al estilo del día de los</p>	<p>El contexto es importante, no solo al momento de la interpretación sino, también al momento de generar la fotografía debes tener en cuenta el mensaje que tú quieres dar, el contexto que tienes y a partir de ahí hacer la fotografía para que posteriormente la interpretación también</p>	<p>Se refiere acá con el lugar donde se fotografía, lo que se muestra de fondo, es muy importante porque tal vez tu producto es de un restaurante lo que te conviene es mostrarlo en el espacio de este; pero sí son productos, así</p>	<p>La presentación de un plato en fotografía busca transmitir una historia que se alinee con la identidad de la marca. Por ejemplo, se han observado imágenes que colocan una mesa rústica junto a un cráneo de vaca</p>

		<p>muertos a lo mexicano, todo esto básicamente fue desarrollado para que el consumidor llega a sentir esa idea inicial.</p>	<p>tenga mucho que ver con el contexto de lo misma.</p>	<p>como deliverys o productos que son consumidos en cualquier momento del día, va a tener que influir mucho lo que busques comunicar.</p>	<p>decorado al estilo del día de los muertos, con el propósito de evocar una idea específica en el consumidor. La consideración del contexto es esencial tanto en la interpretación como en la creación de la fotografía. El mensaje que se desea transmitir y el entorno en el que se desarrolla la toma fotográfica son factores cruciales para lograr una interpretación coherente. Además, el lugar donde se realiza la fotografía, como el fondo y el entorno, desempeña un papel importante.</p>
--	--	--	---	---	--

					Por ejemplo, si se trata de productos de un restaurante, mostrarlos en ese entorno puede ser beneficioso, mientras que, para productos de entrega o consumo en cualquier momento del día, la elección del fondo debe estar alineada con la comunicación deseada.
Intención del fotógrafo	¿Cómo cree que la intención del fotógrafo influye en la percepción de la marca del restaurante a través de la imagen?	A la hora de que la marca quiere darse a conocer tiene que contratar a un profesional que transmita el concepto claro que se necesita, cosa que un influencer no pueda darte	Creo que esto va de la mano con la pregunta anterior, pues si ya tienes un contexto y tienes una idea ya la intención del fotógrafo viene a partir de esto, y si se dirige hacia el público con la intención de que entienda lo	Es al revés, la percepción de la marca influye en el fotógrafo porque el fotógrafo debe adaptarse a lo que busca comunicar la marca y así traer resultados que vayan conforme a	En el proceso de dar a conocer una marca, es crucial contar con un profesional que pueda transmitir claramente el concepto necesario. Esto va más allá de lo que

		<p>inicialmente, la fotografía no solo se basa en la comida, si no el acompañar algo rico y exótico en un lugar agradable donde uno se siente seguro.</p>	<p>mismo, entonces va muy de la mano con la con la pregunta anterior sobre el contexto, la idea, la planificación, todo tiene una relación para llegar a un punto final que es la propia fotografía en sí.</p>	<p>lo que transmite la marca, por ejemplo, sea una fotografía con la intención más de provocativa o una intención más emotiva.</p>	<p>un influencer puede ofrecer inicialmente. La fotografía no se limita únicamente a la comida; también implica presentar algo delicioso y exótico en un entorno agradable y seguro. La planificación y el contexto son elementos clave que influyen en la intención del fotógrafo y, por ende, en la comprensión que el público tiene de la marca. La percepción de la marca influye en el fotógrafo, ya que este debe adaptarse a la comunicación deseada por la marca para lograr</p>
--	--	---	--	--	--

					resultados coherentes, ya sea con una intención provocativa o emotiva.
Perspectiva	¿Qué perspectivas o ángulos de cámara considera más efectivos para resaltar los platos de un restaurante?	Considero que es muy importante el usar ángulos muy cerrados, si bien es cierto la experiencia es muy importante, creo yo que es más importante el mostrar los platos que tiene para ofrecer el restaurante.	Creo que las principales que he visto en lo que son planos y ángulos son principalmente el cenital, donde obviamente la cámara va desde arriba mostrando el plato, los ingredientes que tiene por encima quizá no son tan notorios al momento de hacerlo pues una fotografía normal es importante por los planos detalle, no tanto los contrapicado o cositas así porque no tiene sentido de mostrar el plato quizá desde un ángulo casi arriba o desde abajo porque	Los ángulos que más ayudan en el rubro de restaurantes son los de picado, los cenitales y alguno que otro ángulo frontal que este va a ayudar mucho a ver el volumen del plato.	La presentación efectiva de platos de restaurante a través de la fotografía se centra en la selección cuidadosa de ángulos. Aunque la experiencia del restaurante es esencial, considero que destacar visualmente los platos es de mayor importancia. La elección de ángulos como el cenital, que captura el plato desde arriba, resalta los

			<p>pues no considero que sea lo mejor, si tuviera que elegir o decir algunas considero que son importantes el cenital, el detalle, entre otros, no pero creo que esas son las principales.</p>		<p>ingredientes y el detalle. En contraste, ángulos como el frontal y picado ofrecen perspectivas que realzan el volumen del plato. Al evaluar las respuestas, se subraya la relevancia de ángulos cerrados, como el cenital y frontal, para presentar de manera atractiva los platos, lo cual es esencial en la fotografía de alimentos para restaurantes.</p>
Edición y postproducción	¿Qué efectos de edición o postproducción	El resaltar los colores no siempre ayudara a resaltar	En la postproducción principalmente la corrección de color	Lo que es más se trabaja en alimentos son la	La postproducción de fotografías de alimentos implica

	<p>considera pertinentes para realzar la presentación de la comida en una fotografía?</p>	<p>un plato de comida, se puede dar diferentes estilos, escoger una buena iluminación, el jugar con el brillo, equilibrar los colores para que ninguno pelee por llamar más la atención, aplicando los ajustes que nos puede dar Lightroom y Photoshop, obviamente uno no nace aprendiendo, debería ir de a pocos con tutoriales que puedan encontrar.</p>	<p>siempre es importante porque normalmente los platos si tienen los colores vivos que uno desea pero a veces es necesario darle un empujoncito darle un poquito más de color, limpiar algunas zonas que quizás no queríamos que salgan, por ejemplo si se movió algo y manchó un poco el plato entonces esas cositas borrarlas, creo que principalmente esos son no, ya después el arreglar temas como el enfoque de la luz, si se mueve la cámara, el arreglar el encuadre un poco, la exposición, la temperatura, el contraste, cada cosa es importante desde recuperar una fotografía hasta el quizá el borrar imperfecciones, entre</p>	<p>iluminación que ayuda a la exposición de la fotografía ya que muchas veces los ambientes no ayudan mucho, cuando se hacen sesiones fotográficas se da retoques en la iluminación, pero lo más importante sería la parte cromática, aquí es donde se tiene que ver un poco más provocativo y donde los productos se van a tener que ver más real. Entonces el color es uno de los efectos de postproducción que más se debe de tomar en consideración.</p>	<p>varios aspectos clave. En primer lugar, resaltar los colores no es siempre la solución; se requiere una combinación de estilos, iluminación adecuada y ajustes precisos en programas como Lightroom y Photoshop. Aprender estos procesos se recomienda a través de tutoriales gradualmente. En cuanto a la corrección de color, es esencial para realzar la viveza de los platos y corregir imperfecciones, como manchas no deseadas. Además, se abordan aspectos</p>
--	---	--	--	--	--

			<p>otras cosas, siendo cada parte importante para darle el toque final que uno necesita en la fotografía, ya depende de lo que lo quiera buscar.</p>		<p>como el enfoque de la luz, la estabilidad de la cámara, ajustes de encuadre, exposición, temperatura y contraste. La iluminación desempeña un papel crucial en la exposición, ya que los entornos a menudo no favorecen las sesiones fotográficas de alimentos. Sin embargo, el elemento cromático es especialmente destacado en la postproducción de alimentos, ya que contribuye a que los productos se perciban de manera más realista y atractiva.</p>
--	--	--	--	--	---

					Es fundamental considerar el color como uno de los efectos de postproducción más importantes en este contexto.
Emoción y subjetividad	¿Qué emociones o sensaciones espera que una fotografía de comida transmita a un cliente potencial?	Bueno, la sensación es clara, el transmitir esa sensación de hambre, o sea que al ver la fotografía se nos abra el apetito, sentir esa necesidad de ir a ese lugar donde esta esa fotografía, el querer compartir esa experiencia con las demás personas, todo es muy importante, emociones que más se buscan al	El más importante es el apetito, el tener esas ganas de probar la comida, de disfrutar el sabor y todo eso creo que es el más relevante, claro que, si te vas un poquito más ya, no pensando en el consumo del producto, si no mostrando lo orgánico que se ve la limpieza de este en su producción y lo que hubo detrás de la fotografía.	Básicamente la provocación, el tentar a ser provocado a que adquiera el producto y que tenga que probarlo, ya que sus ojos ya están saboreándolo.	Las respuestas resaltan la importancia de despertar sensaciones y emociones a través de la fotografía de alimentos. Se hace énfasis en generar apetito y el deseo de probar la comida, transmitiendo la experiencia de manera atractiva. Además, se destaca la

		momento de desarrollar este tipo de fotos.			relevancia de mostrar la calidad y la producción orgánica, así como provocar al espectador para que adquiera el producto. En resumen, se busca crear imágenes que no solo estimulen visualmente, sino que también despierten el interés y la tentación de probar lo capturado en la fotografía.
Conocimientos y referencias culturales	¿Qué conocimientos o referencias culturales cree que pueden influir en la percepción de la	Es importante identificar y hacer un estudio en donde está ubicado tus consumidores,	No creo que puedas siempre meter referencias culturales en las fotografías de comida, el	En la comida influye bastante porque puedes jugar con los elementos, con los	Es esencial realizar un estudio detallado del entorno y la ubicación de los

	<p>comida y la marca en la imagen?</p>	<p>el entorno en donde la marca este posicionada; por ejemplo, si tu estas vendiendo helados en un lugar donde el frio es insoportable será difícil el vender de manera adecuada este producto, por eso sugiero siempre antes de crear un negocio el estudiar el entorno, buscar cual es la necesidad más grande y aprovechar esa situación para poder generar ventas.</p>	<p>conocimiento se va un poquito más alrededor de ello porque si tú conoces que ese plato es típico de un lugar o de otra cultura pues el que hace más fácil decir Ah esto es de tal lugar aprobado, esto es típico de tal lugar, es más fácil encontrar una referencia cultural en la fotografía como tal, influyen en la percepción de la comida y de la imagen, sí es que tu marca puedes decir yo ofrezco comida típica, por ejemplo nos vamos a otro país y encontramos un restaurante de comida peruana, entonces venden platos típicos de ese país, que un plato de ceviche se ponga una bandera de Perú o algo así en la fotografía es porque</p>	<p>ángulos y el esquema de luz para transmitir ciertos ambientes que te lleven como a un aspecto más sobrio o cultural, pero siempre considerando el relacionar lo que busca comunicar y transmitir a sus potenciales clientes.</p>	<p>consumidores antes de emprender un negocio. Por ejemplo, vender helados en un lugar con un clima frío puede ser difícil. Recomiendo analizar las necesidades predominantes en el entorno y aprovechar esas situaciones para impulsar las ventas. Además, al crear contenido visual para promocionar productos, es crucial considerar la influencia de las referencias culturales. Aunque no siempre es posible incorporarlas directamente, la percepción de la</p>
--	--	--	---	---	---

			<p>obviamente el ceviche ya se tiene un conocimiento general de que es peruano, creo que es más por ese lado de conocimiento que a una referencia cultural, la manera en cómo influye la percepción.</p>	<p>comida y la imagen se ve afectada por el conocimiento cultural. Por ejemplo, al promocionar una comida típica de un país, como el ceviche peruano, se puede utilizar simbología cultural para reforzar su autenticidad. La presentación de alimentos también juega un papel significativo, permitiendo transmitir diferentes ambientes y sensaciones a los potenciales clientes. La clave está en relacionar de manera coherente los elementos visuales con el mensaje</p>
--	--	--	--	---

					que se desea comunicar.
--	--	--	--	--	-------------------------

3.2 Triangulación de datos:

ITEM	PREGUNTA	INFORMANTE 1	INFORMANTE 2	INFORMANTE 3	SINTESIS
Conocimiento de marca	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	Lo que me llega a la mente son Toretos, El che Guevara, El tambo y El Ajicito	Toretos por tener una gran variedad de productos, de parrillas, su preparación y presentación es muy deliciosa.	Varía dependiendo la hora, pero siempre se me antoja por las tardes en marisquerías o restaurantes así, en las noches las parrillas, a mi como consumidor es lo que visualmente me gusta y me agrada al momento de comerlo.	Los informantes expresaron asociaciones con Toretos, El Che Guevara, El Tambo y El Ajicito al ser preguntados sobre sus preferencias culinarias. El Informante 1 mencionó estos elementos sin proporcionar detalles específicos. Por otro lado, el Informante 2 destacó la

					<p>diversidad de productos de Toretos, elogiando la preparación y presentación del menú. Por último, el Informante 3 señaló que sus antojos varían según la hora del día, mostrando preferencia por marisquerías en las tardes y por parrillas en las noches. Además, destacó que visualmente le agrada la presentación de las parrillas como consumidor.</p>
--	--	--	--	--	---

<p>Top of Mind Awareness (TOMA)</p>	<p>¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?</p>	<p>Si claro, por ejemplo, el Ajicito y el Tambo.</p>	<p>Bueno si hablamos de restaurantes esta Toretos y parrillas Bagua, ambos hacen una buena preparación de parrillas, pero en lo personal me gusta más Toretos.</p>	<p>En esta zona podemos encontrar el restaurante Ajicito, tiene una buena sazón, al momento de la cena me gusta ir a Toretos que es muy agradable a mi gusto, suele llenarme siempre que voy y ni que hablar de su buena atención.</p>	<p>Varios informantes mencionaron diferentes restaurantes en la zona. El Informante 1 destacó el Ajicito y el Tambo. Por otro lado, el Informante 2 señaló la calidad de las parrillas en Toretos y Parrillas Bagua, expresando una preferencia personal por Toretos. El Informante 3 también elogió el Ajicito por su buena sazón y mencionó que disfruta de la agradable experiencia en Toretos, elogiando tanto la comida como la atención recibida.</p>
--	---	--	--	--	---

					En resumen, los entrevistados destacaron la diversidad de opciones gastronómicas en la zona, con énfasis en el Ajicito y Toretos.
Brand Recall	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	En Toretos me atendieron a tiempo, no me hicieron esperar mucho tiempo por mi pedido.	Bueno en el restaurante Toretos he tenido una muy buena experiencia en cuestión a atención al cliente, y si me gustaría compartir esa experiencia con otras personas.	Claro, en el Ajicito un restaurante que previamente ya me había hablado de él, la primera vez que consumí ahí basto para querer volver, era muy agradable sus platos y su presentación era innovadora, todo con una buena sazón.	La atención en Toretos fue eficiente, con tiempos de espera mínimos según el primer informante. El segundo informante elogió la experiencia positiva en cuanto a la atención al cliente en Toretos y expresó su deseo de compartirla con otros. En cuanto al restaurante Ajicito, el tercer informante elogió la calidad y presentación

					<p>innovadora de los platos, destacando su sazón. En resumen, los tres informantes tuvieron experiencias satisfactorias tanto en Toretos como en Ajcito, resaltando aspectos como la prontitud en el servicio y la calidad de la comida.</p>
<p>Exposición de marca</p>	<p>¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?</p>	<p>Si, una buena apariencia del local + buena preparación de comida es lo que hace destacar a un local del resto.</p>	<p>Si he tenido la oportunidad de probar los platos en Toretos, la comida es exquisita, es super recomendable la verdad.</p>	<p>Bueno, visualmente que he podido conocer fue el Sabor Marino, su comida es exquisita pero últimamente ha bajado la sazón,</p>	<p>Los entrevistados coinciden en que la combinación de una agradable apariencia del local y una excelente preparación de</p>

				<p>que podría ser por varios motivos, pero es muy acogedor y espacioso.</p>	<p>comida distingue a un establecimiento. El primero destaca la importancia de estos aspectos para sobresalir, mientras que el segundo elogia específicamente la exquisitez de la comida en Toretos, recomendándolo ampliamente. El tercer informante, al referirse al Sabor Marino, elogia la exquisitez de su comida, pero señala una disminución reciente en la sazón, atribuyéndola a diversas posibles razones. A pesar de esto, destaca</p>
--	--	--	--	---	---

					la acogedora y espaciosa atmósfera del lugar.
Experiencias previas	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Si, por el grupo de Facebook "Te lo Vendo" de Bagua puedo ver los flayers de lo que prepara cada negocio.	Si, he tenido oportunidades de visitar los restaurantes por ver su publicidad como presentan sus productos o cualquier otro tipo de comida, siempre me llama la atención ese tipo de fotografías para ir y probar su comida.	No, mayormente voy por recomendaciones, para más o menos tener la idea en que voy a consumir y gastar.	
Influencia del boca a boca	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Si en innumerables ocasiones, pero la universidad me quita tiempo.	Si, mucho de mis amigos me recomiendan restaurantes, hasta me enseñan fotos de como presentan la comida, animándome a ir a visitar esos restaurantes	Si, peor en mi caso me enfoco más en cómo me cuentan la experiencia de esa persona, al consumirlas	La mayoría de los informantes afirmó haber recibido recomendaciones de restaurantes en diversas ocasiones. El Informante 1 expresó que ha experimentado esta situación en innumerables ocasiones, aunque destacó

					<p>que su tiempo universitario a veces limita la posibilidad de seguirlas. Por otro lado, el Informante 2 compartió que sus amigos no solo le recomiendan restaurantes, sino que también le muestran imágenes de las presentaciones de comida, motivándolo a visitar esos lugares. Mientras tanto, el Informante 3 indicó que también ha recibido recomendaciones, pero su enfoque se centra más en cómo le cuentan la experiencia de otras personas al</p>
--	--	--	--	--	---

					consumir alimentos en esos lugares.
Elementos visuales distintivos	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Me gusta más las imágenes con relación a los platos a comer o el ambiente del restaurante.	Me llama la atención las imágenes llamativas, por ejemplo, la persona preparando la comida y la forma en como lo presentan que a cualquier persona que llamaría la atención.	Me llama la atención local grandes, pero no me baso mucho en eso, Me gusta más un local no tan llamativo pero que tenga buenas recomendaciones por parte de sus clientes, me baso más en esas experiencias previas que ellos tengan.	Las preferencias de los entrevistados respecto a la presentación de imágenes en relación con los restaurantes divergen. El Informante 1 destaca su preferencia por las imágenes que reflejan los platos a comer o el ambiente del restaurante. Mientras tanto, el Informante 2 se siente atraído por imágenes llamativas,

					<p>especialmente aquellas que muestran a personas preparando la comida y presentándola de manera llamativa, lo que considera atractivo para cualquier persona. Por otro lado, el Informante 3 se inclina hacia locales más grandes, pero su elección no se basa únicamente en la apariencia; prefiere lugares menos llamativos con buenas recomendaciones de clientes, priorizando las experiencias previas compartidas por otros comensales. En resumen, la</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>presentación visual y el tamaño del local son factores influyentes, pero la reputación y las experiencias previas también desempeñan un papel crucial en la elección del restaurante para estos informantes.</p>
<p>Comunicación y storytelling</p>	<p>¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?</p>	<p>En Tik Tok vi como pusieron una publicidad de cabeza de Papa Johns lo que ocasiono que muchas personas fueran a su local solo por la curiosidad y se quedaron por la comida.</p>	<p>Si he visto muchas publicidades, y la que más me llamo la atención fue la de Toretos tanto en Bagua y Jaén.</p>	<p>Los anuncios que más creativos me parecen son los restaurantes que patrocinan o anuncian el poner sus orquestas, ya que en mi caso me gusta la música, y el comer con ella me genera una gran satisfacción.</p>	<p>Los participantes destacaron experiencias positivas relacionadas con la efectividad de la publicidad en sus decisiones de consumo. Uno de ellos mencionó haber descubierto un local de Papa</p>

					<p>John's a través de un anuncio en TikTok, que generó curiosidad y resultó en una visita que se convirtió en una experiencia gastronómica satisfactoria. Otro informante resaltó la impactante publicidad de Toretos en las ciudades de Bagua y Jaén como la que más captó su atención. Por último, el tercer entrevistado expresó su aprecio por la creatividad en la publicidad de restaurantes que promocionan la presencia de orquestas, resaltando la</p>
--	--	--	--	--	---

					conexión positiva entre la música y la experiencia culinaria. En conjunto, estas respuestas reflejan la influencia positiva de estrategias publicitarias variadas en la atracción y retención de clientes en el sector de la gastronomía.
Presencia en múltiples canales	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	He podido ver si más lo recuerdo anuncios por Redes Sociales como serían en el caso de Facebook y Tik Tok.	He visto en dos lugares que presentan su publicada muy hermosa, en Bagua y Jaén, que tan solo con verlo te convence de probarlo y querer adquirirlos, que llama la atención al verlas	Por redes sociales no sigo a los restaurantes, pero he escuchado mucho del restaurante que ha ganado el primer lugar, lo cual es fuera de Bagua, pero dentro de la localidad se podría decir que es el Sabor Marino por como el sueño	Los entrevistados han compartido diversas experiencias relacionadas con la publicidad de restaurantes. El Informante 1 menciona haber notado anuncios en redes sociales como Facebook y TikTok. Por otro lado, el Informante

				<p>difunde su publicidad, sea por redes sociales, tv o la radio.</p>	<p>2 destaca la atractiva presentación de la publicidad en dos lugares específicos, Bagua y Jaén, describiéndola como convincente y capaz de generar el deseo de probar los productos. El Informante 3, aunque no sigue a restaurantes en redes sociales, ha escuchado mucho sobre el restaurante que ha ganado el primer lugar, específicamente el Sabor Marino. Este restaurante destaca por su difusión publicitaria tanto en redes sociales como en medios</p>
--	--	--	--	--	--

					tradicionales como la televisión y la radio. En conjunto, las respuestas reflejan la diversidad de canales publicitarios utilizados por los restaurantes, incluyendo redes sociales y medios locales.
Publicidad y promoción	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Si he podido ver por ejemplo publicidad de TAKIS y PAPAJOHNS	Si, muchas veces quede impresionada con la publicidad, no solo es una foto, si no la presentación y el cómo ellos lo presentan que da más ganas de ir a visitar el lugar.	La verdad no, no me sorprende el ver eso, al contrario, me genera apetito, pero me agrada mucho la idea que sea visiblemente agradable, pero lo más importante es que sepa bien y	En la recopilación de respuestas de los entrevistados sobre la publicidad de TAKIS y PAPAJOHNS, el Informante 1 mencionó haber visto publicidad de ambas marcas.

				<p>agradable a mis ojos.</p>	<p>Por su parte, el Informante 2 expresó su impresión positiva, destacando no solo la imagen sino también la presentación que despierta su interés en visitar los lugares. Contrariamente, el Informante 3 no se sorprende al ver publicidad, aunque valora que sea visualmente agradable. Sin embargo, su énfasis recae en que el sabor sea agradable a sus gustos. En resumen, los entrevistados muestran diferentes niveles de atención y apreciación hacia</p>
--	--	--	--	------------------------------	--

					la publicidad, desde simplemente notarla hasta dejarse influenciar por la presentación visual y el sabor percibido.
Estrategias de contenido	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Si muchas veces se piensa que la publicidad es solo en la fachada del local, pero ahora todo se encuentra en las redes.	Si, creo que la forma en como lo comparte y muestra altera la forma en como nosotros tomaremos las decisiones de elegir algún platillo o restaurante.	No, creo que afecte la publicidad, ayuda más bien a ser conocido al local y tenga más clientes, no lo veo malo solo ayuda a sumar a ser más efectivo en las ganancias con ayuda de sus publicidades.	Los informantes entrevistados expresan diferentes perspectivas sobre el impacto de la publicidad en los restaurantes. Mientras que el Informante 1 destaca el cambio hacia la presencia en línea de la publicidad en lugar de limitarse a la fachada física

					<p>del local, el Informante 2 enfatiza cómo la presentación y compartición de la publicidad influyen en las decisiones de los consumidores al elegir platos o restaurantes. En contraste, el Informante 3 adopta una postura más positiva al afirmar que la publicidad no afecta negativamente, sino que contribuye a la visibilidad del local y atrae a más clientes, percibiéndolo como beneficioso para mejorar las ganancias. Estas opiniones divergentes</p>
--	--	--	--	--	---

					sugieren la complejidad de la relación entre la publicidad y el éxito de un restaurante, abriendo la puerta a consideraciones más amplias sobre la efectividad y los diversos roles que desempeña la publicidad en la industria gastronómica.
--	--	--	--	--	---

3.2. DISCUSIÓN

Para iniciar este proyecto de investigación se tuvo como objetivo principal el profundizar y obtener información a través de guías de entrevistas. Se optó por aplicar guías de entrevistas semiestructuradas a un total de 20 participantes. De estos, 17 son clientes del restaurante objeto de la investigación, mientras que las otras 3 personas son expertos en el ámbito de la fotografía.

Este enfoque se seleccionó con el propósito de explorar las percepciones y experiencias tanto de los clientes directamente afectados por la fotografía de food styling como de los expertos que pueden proporcionar perspectivas informadas sobre la materia. Las guías de entrevistas semiestructuradas permitirán una exploración en profundidad de las percepciones subjetivas, experiencias y opiniones de los participantes, brindando así una comprensión integral del impacto de la fotografía en la notoriedad del restaurante.

En consecuencia, la observación inicial reveló que la creación de fotografías que se ajusten al estilo particular del establecimiento, en este caso, un restaurante, ejerce una significativa influencia en la capacidad persuasiva y en la facilitación de la elección por parte de los clientes. Se evidenció, además, que lograr este tipo de características en cada imagen implica la aplicación de técnicas específicas, el uso de instrumentos adecuados y la experiencia del fotógrafo. La observación detallada de este fenómeno nos condujo a la comprensión de que no se trata únicamente de la representación visual de los platillos, sino de la creación de una narrativa visual que incita a la toma de decisiones de los clientes, guiándolos hacia una experiencia gastronómica deseada y alineada con la propuesta del establecimiento.

En relación con lo previamente mencionado, el informante número 2 enfatiza: "*Si, mucho de mis amigos me recomiendan restaurantes, hasta me enseñan fotos de como presentan la comida, animándome a ir a visitar esos restaurantes*". Por su parte, el informante número 3 añade que: "*En mi caso me enfoco más en cómo me cuentan la experiencia de esa persona, al consumirlas*".

Estos testimonios enfatizan la relevancia de las recomendaciones personales y la

influencia de las representaciones visuales en la toma de decisiones de los clientes. El informante número 2 destaca la importancia de las imágenes compartidas por amigos como factor motivador para elegir un restaurante. Por otro lado, el informante número 3 destaca la valoración de las experiencias compartidas, indicando que la narrativa de la experiencia de otros consumidores tiene un peso significativo en sus decisiones de consumo.

Según Castelo (2020) como es mencionado en el trabajo de Otiniano (2021) el posicionar los elementos tiene como objetivo persuadir al público y crear una conexión con él a largo plazo. Es decir, si se observa una imagen publicitaria de comida, los alimentos lucirán de manera exquisita y provocativa, y serán capaces de causar hambre al espectador. Asimismo, lograr el protagonismo del producto y que los elementos fotografiados produzcan grandes sensaciones al público, depende de la creatividad del artista, la edición y la dirección de arte empleada en una sesión.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Los resultados obtenidos mediante los instrumentos de recolección de datos en esta tesis han identificado nuevas áreas de investigación y exploración para el futuro. La necesidad de descubrir y aplicar innovadoras técnicas en la fotografía food styling ha llevado a este tipo de fotografía a un estado actual donde su función va más allá de la mera captura de momentos, paisajes o retratos. Se ha convertido en un método efectivo de persuasión y motivación visual, especialmente en el ámbito de la promoción de restaurantes, contribuyendo significativamente a diferenciar y elevar la notoriedad de la marca.

La habilidad para equilibrar lo teórico y lo práctico en proyectos como estos se revela como un factor crucial para la integración efectiva de ambos aspectos. Esta sinergia potencia la ejecución de proyectos y mejora la calidad de las imágenes gastronómicas, garantizando una aplicación pragmática de las técnicas y conceptos teóricos.

Es fundamental destacar la importancia de un estudio exhaustivo del entorno comercial antes de llevar a cabo proyectos visuales, en particular, en el contexto de la gastronomía. El análisis de datos visuales, a través de la interacción en redes sociales, proporciona información valiosa para comprender a fondo al público objetivo y respaldar decisiones fundamentadas en las preferencias del mercado.

La constante exploración y adaptación de nuevas tecnologías en la fotografía es esencial para mantenerse competitivo en un mercado en constante evolución. Renovar técnicas y herramientas de postproducción se vuelve sustancial para destacar en un entorno tan competitivo.

A pesar de ser imágenes estáticas, la complejidad detrás de las fotografías gastronómicas exige elementos complementarios, no solo para la composición visual sino también para optimizar el rendimiento de la cámara. La inclusión de elementos humanos, como manos sosteniendo platos o bebidas, emerge como un componente clave para establecer una conexión emocional con la audiencia, añadiendo autenticidad y permitiendo que los espectadores se imaginen participando en la experiencia visual.

El seguimiento de las tendencias visuales en la fotografía food styling y el diseño gráfico es esencial para evitar estancarse y mantenerse relevante en un mercado dinámico. Así, se ha proporcionado un marco integral para la implementación exitosa de una propuesta de fotografía food styling, orientada a mejorar la notoriedad de una marca de restaurante. Al abrazar la innovación, fomentar la colaboración y considerar tanto aspectos teóricos como prácticos, se establece una base sólida para alcanzar la excelencia visual en el ámbito gastronómico, siendo este el enfoque clave para destacar en un mercado competitivo.

4.2 Recomendaciones

Sería muy recomendable tener en cuenta la incorporación de mejoras en áreas como la fotografía de food styling. Este enfoque ayudaría a dar una iniciativa para elevar el nivel de investigación en este sector, explorando y desarrollando nuevas técnicas e instrumentos que faciliten y enriquezcan la ejecución. Aunque tiende a ser más práctico que teórico, requiriendo un equilibrio efectivo entre ambos enfoques.

A los fotógrafos, diseñadores y especialistas en marketing, resultaría crucial considerar el desarrollo de trabajos con enfoques más sociales y prácticos. En este contexto, se destaca la posibilidad de aportar datos valiosos que podrían no encontrarse en libros o páginas web comunes. Antes de sumergirse en la creación de este tipo de fotografías, es sustancial realizar un estudio del entorno comercial, el comprender la intención del fotógrafo, el aplicar todos los instrumentos disponibles, prestando atención al contexto del fondo elegido y, sobre todo, incorporar el factor humano. Esto se traduce en la inclusión de elementos como una mano sosteniendo el platillo o la bebida seleccionada para la sesión fotográfica.

Esta consideración de la interacción entre lo comercial, lo técnico y lo humano será un paso esencial en la mejora continua de la calidad y la eficacia de los proyectos relacionados con la fotografía de food styling. Adoptar un enfoque holístico y colaborativo abrirá oportunidades para la innovación y la excelencia en este campo, mejorando así la experiencia y la percepción visual en el ámbito gastronómico.

V. REFERENCIAS

- Abtipper. (2020). La guía de entrevistas para los trabajos científicos. abtipper.de.
<https://www.abtipper.de/es/transkription/interviewleitfaden/>
- Acosta, Y., & Guillamet, F. (2011). Fotografía gastronómica, del bodegón al porn food. FOTOCINEMA, 199–201. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=788575>
- Adobe. (s/f). Qué es el ISO en fotografía y cómo se usa. Adobe.com. Recuperado el 8 de julio de 2023, de <https://www.adobe.com/pe/creativecloud/photography/discover/iso.html>
- Aguiar, A., & Diez, R. (2018). Publicidade de alimentos: vende-se o quê? Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social, 6, 694–700.
- Aranceta, J. (2022). Gastronomía científica en el siglo XXI. Real Academia de Doctores de España, 7, 9–31. https://www.radoctores.es/imageslib/doc/V7N1-02%20-%20ARANCETA_gastronom%C3%ADa.pdf
- Araujo, C., & Lopes, L. (2019). A relação turismo e imagem na gastronomia paraense. Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 17, 159–178.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.011>
- Ayasta, E., Neciosup, J. (2021). Centro de formación gastronómica para la valoración del arte culinario tradicional en Pimentel [Tesis, Universidad Señor de Sipán].
<https://hdl.handle.net/20.500.12802/10046>
- Bahls, Á., Wendhausen Krause, R., & da Silva Añaña, E. (2019). COMPRENSIÓN DE LOS CONCEPTOS DE CULINARIA Y GASTRONOMÍA. Una revisión y propuesta conceptual. Estudios y Perspectivas en Turismo, 28 (2), 312-330.
- Baltar-Moreno, A., (2021). ¿Qué es y hacia dónde va la fotografía?. ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes, 19 (2), 411-413.
<https://doi.org/ri14.v19i2.1738>
- Becas-santander. (s/f). Investigación cualitativa y cuantitativa: características y ventajas. Becas-santander.com. Recuperado el 8 de julio de 2023, de <https://www.becas-santander.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html>
- Beneyto Ruiz, F., (2021). El signo fotográfico. La relación semántica de la fotografía con la

- realidad. Revista de Humanidades, (43), 349-370.
- Brisset-Martín, D. (2002). Fotos y Cultura: usos expresivos de las imágenes fotográficas. Repositorio Institucional de la Universidad de Malaga. <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4195/FOTOS%20%20Y%20%20CULTURA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Brito, LM y Botelho, D. (2018). LA GASTRONOMÍA COMO MARCA DE DESTINO Propositiones en Minas Gerais - Brasil. Estudios y Perspectivas en Turismo, 27 (2), 390-412.
- Cantero Ramírez, M., Magaña González, CR, & Martínez Moreno, AG (2022). Teoría del comportamiento planificado aplicado a prácticas de compra de alimentos en supermercados. Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo), 7 (2), 1-11. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6521694>
- Cárdenas Olivares, G., & Palacios Martínez, A. (2017). "Quiero sentir tu sabor". Análisis de un anuncio publicitario de Coca-Cola. Sincronía, (72), 414-433.
- Ciriaco, S., Garayar, D. (2020). Modelamiento predictivo del engagement de fotografías en relación a sus atributos visuales en la red social Instagram para el caso de la Isla Taquile [Tesis, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/handle/usil/10281>
- Comuniza. (2019). Que es el recall. Comuniza. <https://comuniza.com/diccionario-branding/recall>
- De, S. (2021). Identidad de marca como estrategia publicitaria en Instagram. El caso de la marca independiente de ropa Overtake, 2019 [, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/65820>
- Díaz, M., Hidalgo, P. (2020). Estética de la fotografía publicitaria en la prensa escrita [, Universidad Peruana Unión]. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/4136>
- Díaz-Bravo, Laura, Torruco-García, Uri, Martínez-Hernández, Mildred, & Varela-Ruiz, Margarita. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación en educación médica, 2(7), 162-167. Recuperado en 08 de julio de 2023, de

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es.](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es)

Etecé. (2021). Denotación y Connotación - Qué son, características y ejemplos. Concepto.

<https://concepto.de/denotacion-y-connotacion/>

FUNDES (2018). Cuenta y Razón. Fundación de Estudios Sociológicos.

<http://cuentayrazon.com/wp-content/uploads/2018/05/revista41.pdf>

Fuster Guillen, Doris Elida. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. Propósitos y Representaciones, 7(1), 201-229.

<https://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>

García, A., Gutiérrez, I., & Osuna, E. (2021). El alcance de la gastronomía mexicana en otras fronteras a través del diseño gráfico por el medio de la Web. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, 117-136.

<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/4096/2280>

Gerhard, F., Saldanha Pinheiro, V., Cajado Magalhães, R., & Moreira Sales, M. (2021).

Anúncios e mídias sociais: O IMPACTO DAS EMOÇÕES. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, 15 (2), 104-119.

<https://doi.org/10.12712/rpca.v15i2.47819>

González Cueto, DA, (2017). LOS FOTOGRAFOS DEL CARNAVAL DE BARRANQUILLA. NOTAS PARA UNA HISTORIA DE LA MIRADA A LO FESTIVO. Revista Brasileira do Caribe, 18 (34), 51-67.

González Díaz, C., (2011). La publicidad de alimentos: el reclamo de salud como estrategia publicitaria atendiendo al público al que se dirige y personaje que la protagoniza. Esfera Pública, (11), 311-330.

González, E. (2022, junio 23). Postproducción fotográfica: ¿Por qué es clave para un negocio? ESDESIGN. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenoproducto/postproduccion-fotografica>

Guiñez-Cabrera, N., Mansilla-Obando, K., & Jeldes-Delgado, F. (2020). La transparencia publicitaria en los influencers de las redes sociales. RETOS. Revista de Ciencias de

la Administración y Economía, 10 (20), 265-281.
<https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.05>

Hernández et al. (2014). Metodología de la investigación. INTERAMERICANA EDITORES. 6ta ed. México.

Laiton, A., & Quinche, M. (2016). La fotografía como detonador emocional. Un lenguaje para el reconocimiento del territorio como elemento identitario. Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
<https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/2644/Laiton%20Cortes%20Adriana%20%20Quinche%20Casta%F1o%20Marcela.pdf;jsessionid=C8F3A81039892B5F426FAE0258ACF222?sequence=1>

López Jiménez, D., Dittmar, EC, & Vargas Portillo, JP (2022). Nuevas estrategias publicitarias con influencers: Un examen multidisciplinar. Revista de Ciencias Sociales (Ve), XXVIII (4), 63-78.

López, R., Marzal, J., & Gómez, F. (2005). El análisis de la imagen fotográfica. Publicacions de la Univeritat Jaume I. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=769813>

Maldonado-Erazo, CP, Álvarez-García, J., del Río-Rama, MDLC, & Mora-Jácome, V. (2019). GASTRONOMÍA CREATIVA Análisis de la producción científica. Estudios y Perspectivas en Turismo, 28 (1), 61-79.

Marinez, A. (1979). PSICOLOGIA DEL COLOR. Plástica/dinámica, 35–37.

Martínez, I. (2022). Propuesta creativa y plan de comunicaciones digital del estudio fotográfico Inventiva: producción del manual de marca y gestión de contenidos [, Universidad de Lima]. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/16475>

Matthen, M. (2021). Can Food Be Art in Virtue of Its Savour Alone? Repositorio Institucional de La Univerdidad Nacional Autónoma de México, 53, 95–125.
<https://doi.org/10.22201/iifs.18704905e.2021.1247>

Miño Pérez, Martina. (2020). Desde las vanguardias al arte contemporáneo latinoamericano: la comida como elemento transformador. Índex, revista de arte contemporáneo, (9), 60-66. <https://doi.org/10.26807/cav.v0i09.330>

- Munaro, AC, (2022). O IMPACTO DA PROPAGANDA E DA PROMOÇÃO NO VALOR DE MARCA BASEADA NO CONSUMIDOR. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, 16 (1), 128-145. <https://doi.org/10.12712/rpca.v16i1.52333>
- Noreña, A., Moreno, N., Rojas, J y Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-59972012000300006
- Otiniano, X. (2021). Fotografía publicitaria como estrategia de marketing en las redes sociales [Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/4907>
- Padilla, J., González, E. (2021). Uso del food styling en la publicidad de Instagram de una pastelería artesanal y la predisposición de compra en jóvenes del distrito de San Borja, 2021 [Universidad Tecnológica del Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/6287>
- Perelis et al. (2012). Conducta Responsable en Investigación. Definiciones y aplicaciones. Ejemplificación a través de un caso argentino: el caso Crotoxina. Revista Redbioética, 1(5), 43 - 54.
- Ramírez, P. (2019). Fotografía publicitaria de la marca Briatong y su interés en los jóvenes patinadores/ciclistas del skate park La Molina, 2019 [Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/65788>
- Rodriguez, Y., Pimienta, B. (2021). Análisis de la fotografía publicitaria en la red social Instagram, caso de una marca de zapatillas, Lima, 2021 [Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/85704>
- Sanchez, J. (2009). Jornadas Fadoc (XVIII) Fotografía y publicidad: aspectos informativos y documentales. Revista General de Información y Documentación, 415–418. <https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID0909110415A/9210>
- Santamaria, A. (2022). Las relaciones existentes entre el arte y la gastronomía el caso de Andoni Luis Aduriz y Mugaritz [Universidad Complutense Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/72006/1/T43181.pdf>

- Santamaria, A. (2022). Las relaciones existentes entre el arte y la gastronomía el caso de Andoni Luis Aduriz y Mugaritz [Universidad Complutense Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/72006/1/T43181.pdf>
- Tooming, Uku. (2021). Aesthetics of Food Porn. *Crítica* (México, D.F.), 53(157), 127-150. Epub 31 de enero de 2022. <https://doi.org/10.22201/iifs.18704905e.2021.1248>
- Trindade, E., Llano Linares, N., & Farah Brahim, V. (2011). El consumo alimentario que marca el centro de São Paulo: una experiencia fotoetnográfica del consumo y de la publicidad
- Vera, L. (s/f). LA INVESTIGACION CUALITATIVA. Edu.ar. Recuperado el 8 de julio de 2023, de https://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/velez_vera__investigacion_cualitativa_pdf.pdf
- Vico, A. (2021, julio 12). El Top Of Mind Awareness y su importancia para tu negocio. *Diario de Mallorca*. <https://www.diariodemallorca.es/economia/activos-mallorca/2021/07/12/top-of-mind-awareness-importancia-54938096.html>
- Vidal, S. (2009). LA INVESTIGACION CUALITATIVA Dr. Lamberto Vera Vélez, UIPR, Ponce, P.R [Universidad de Azuay]. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1742/1/07772.pdf>

ANEXOS

	ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	Código:	F2.PP2-PR.02
		Versión:	02
		Fecha:	18/04/2024
		Hoja:	114 de 206

Yo, Diego Alonso Baca Cáceres, docente del curso del Programa de estudios de **Artes & Diseño Gráfico Empresarial** y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 1351-2023/FADHU-USS del (los) estudiante(s), titulada PROPUESTA DE FOTOGRAFÍA FOOD STYLING PARA NOTORIEDAD DE UNA MARCA DE RESTAURANTE EN BAGUA.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 5% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre índice de similitud de los productos académicos y de investigación en la Universidad Señor de Sipán S.A.C, aprobada mediante Resolución de Directorio N° 221-2019/PD-USS.

Pimentel 18 de octubre de 2024



Mg. Baca Cáceres Diego Alonso

DNI N° 44223682

ACTA DE APROBACIÓN DEL ASESOR

Yo **SOLIS NAPANGA MIRKO ANTONIO** quien suscribe como asesor designado mediante Resolución de Facultad N° **1352-2023/FADHU-USS**, del proyecto de investigación titulado **PROPUESTA DE FOTOGRAFÍA FOOD STYLING PARA NOTORIEDAD DE UNA MARCA DE RESTAURANTE EN BAGUA**, desarrollado por el(los) estudiante(s): **VEGA IZQUIERDO JOSÉ OMAR**, del programa de estudios de **ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**, acredito haber revisado, y declaro expedito para que continúe con el trámite pertinentes.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

SOLIS NAPANGA MIRKO ANTONIO	DNI: 40157793	
-----------------------------	---------------	--

Pimentel, 18 de octubre de 2024

Anexo 3: Matriz de operaciones

VARIABLE	DEFINICIÓN	SUBCATEGORIAS	CODIGOS	ITEMS
Fotografía Food Styling	<p>Molins (2015), se le conoce como Food Styling a las técnicas que se usan para hacer que la comida se vea más apetecible en las fotografías. Para desarrollar estas fotografías se utilizan diversos accesorios y la aplicación de técnicas que ayudan a destacar el atractivo de los alimentos, resaltando sus componentes de manera estética.</p>	Elementos técnicos/ factor morfológico	Elementos Fotográficos	Punto focal Composición Encuadre Formas Color Espacio negativo Perspectiva
			Elementos Técnicos de la Fotografía	Cámara Sensor Objetivo Diafragma Velocidad de obturador ISO Balance de blancos Enfoque
		Elementos simbólicos/factores interpretativos	Elementos Simbólicos de la Fotografía	Luz y sombra Agua Naturaleza Símbolos culturales Elementos humanos Artefactos y objetos
			Uso simbólico del color	Psicología del color
			Análisis semiótico	Denotación
		Connotación		

			Factores interpretativos de la fotografía	Contexto Intención del fotógrafo Intención del fotógrafo Perspectiva Edición y postproducción Emoción y subjetividad Conocimientos y referencias culturales
Notoriedad para una marca		Reconocimiento/familiaridad de la marca	Reconocimiento de la marca	Conocimiento de marca Top of Mind Awareness (TOMA) Brand Recall
			Familiaridad de la marca	Exposición de marca Experiencias previas Influencia del boca a boca
		Diferenciación/cobertura de la marca	Diferenciación de la marca	Elementos visuales distintivos Comunicación y storytelling
			Cobertura de la marca	Presencia en

			múltiples canales Publicidad y promoción Estrategias de contenido
--	--	--	---

Anexo 4: Validación Del Instrumento Por Expertos

Instrumento de Validación No Experimental por Juicio de expertos

1. NOMBRE DEL JUEZ		Tirado Galarreta, Gaspar Cristian
	PROFESIÓN	Licenciado en marketing
	ESPECIALIDAD	Marketing y Publicidad
	GRADO ACADÉMICO	Magister
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	Docencia universitaria (15 años)
	CARGO	Docente del curso de Producción Gráfica
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p>GENERAL Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante

	concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
o	DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	
1	¿Qué elementos visuales en una fotografía de comida captan más su atención?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
2	¿Cómo percibe la disposición y organización de los elementos en la fotografía de comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
3	¿Qué colores y formas en una fotografía de comida le resultan más atractivos?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
4	¿Qué opinión tiene sobre la importancia de la elección de la cámara en la fotografía de comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
5	¿Cómo considera que la elección del objetivo y el sensor afecta la calidad de las fotografías de alimentos?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
6	¿Qué configuraciones técnicas (diafragma, velocidad de obturador, ISO) considera cruciales para obtener imágenes impactantes de comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
7	¿Cómo cree que la composición afecta la percepción de la calidad y atractivo de un plato en una fotografía?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
8	¿Qué piensa sobre el uso de técnicas de composición como el espacio negativo y la perspectiva en la fotografía de comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
9	¿De qué manera cree que el balance de blancos y el enfoque influyen en la presentación de alimentos en una fotografía?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
0	¿Cómo percibe la influencia de la luz y sombra en la presentación de la comida en una fotografía?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
1	¿Considera que la incorporación de agua en las imágenes de comida puede realzar la presentación y atractivo visual?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
	¿Qué opinión tiene sobre la integración	A (X) D () SUGERE

2	de elementos de la naturaleza en la composición de las fotografías de comida?	NCIAS:	
3	¿Cómo piensa que los símbolos culturales pueden ser representados en la fotografía de comida para resaltar la identidad de un restaurante?	NCIAS:	A (X) SUGERE D ()
4	¿Qué impacto cree que tienen los elementos humanos en las fotografías de comida en la percepción de autenticidad y conexión emocional con la marca del restaurante?	NCIAS:	A (X) SUGERE D ()
5	¿Qué objetos adicionales considera relevantes para complementar la presentación de la comida en una fotografía y por qué?	NCIAS:	A (X) SUGERE D ()
6	¿Cómo considera que la selección de colores influye en la percepción de los platos y en la promoción de la marca del restaurante?	NCIAS:	A (X) SUGERE D ()
7	¿Qué elementos en una fotografía de comida captan su atención y por qué?	NCIAS:	A (X) SUGERE D ()
8	¿Cómo interpreta los elementos visuales y simbólicos en relación con la comida y la marca del restaurante?	NCIAS:	A (X) SUGERE D ()
9	¿Qué opina sobre el papel del contexto en la interpretación de una fotografía de comida?	NCIAS:	A (X) SUGERE D ()
0	¿Cómo cree que la intención del fotógrafo influye en la percepción de la marca del restaurante a través de la imagen?	NCIAS:	A (X) SUGERE D ()
1	¿Qué perspectivas o ángulos de cámara considera más efectivos para resaltar los platos de un restaurante?	NCIAS:	A (X) SUGERE D ()
2	¿Qué efectos de edición o postproducción considera pertinentes para realzar la presentación de la comida en una fotografía?	NCIAS:	A (X) SUGERE D ()
3	¿Qué emociones o sensaciones espera que una fotografía de comida transmita a un cliente potencial?	NCIAS:	A (X) SUGERE D ()
4	¿Qué conocimientos o referencias culturales cree que pueden influir en la percepción de la comida y la marca en la imagen?	NCIAS:	A (X) SUGERE D ()
PROMEDIO OBTENIDO:			A () D ()

	X)	:
6. COMENTARIOS GENERALES		
7. OBSERVACIONES		

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

Juez Experto

Colegiatura Nº 20065 – Colegio de Periodistas

Ficha de validación según AIKEN

Datos generales

Apellidos y nombres del informante	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del Instrumento
Anónimo/ Se trata de documentos	Sin cargo a precisar	Guía de entrevista	Instrumento de elaboración propia
Título de la Investigación: Propuesta De Fotografía Food Styling Para la Notoriedad De Una Marca De Restaurante En Bagua			

Aspectos de validación de cada Item

Estimado Tirado Galarreta, Gaspar Cristian complete la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto. Escriba (A) acuerdo o (D) desacuerdo en la segunda columna. Asimismo, si tiene alguna opción o propuesta de modificación, escriba en la columna correspondiente.

ITEMS	ACUERDO O DESACUERDO	MODIFICACIÓN Y OPINIÓN
1	A	-
2	A	-
3	A	-
4	A	-
5	A	-
6	A	-
7	A	-

8	A	-
9	A	-
10	A	-
11	A	-
12	A	-
13	A	-
14	A	-
15	A	-
16	A	-
17	A	-
18	A	-
19	A	-
20	A	-
21	A	-
22	A	-
23	A	-

24	A	-
25	A	-

Opinión de aplicabilidad del instrumento certificado de validez de contenido del instrumento

	Dimensiones/Ítems	Claridad		Contexto		Congruencia		Dominio del constructo	
		i	o	i	o	Si	o	i	o
	Variable 1: La fotografía Food Styling Dimensión 1 Elementos Fotográficos								
	¿Qué elementos visuales en una fotografía de comida captan más su atención?	X		X		X		X	
	¿Cómo percibe la disposición y organización de los elementos en la fotografía de comida?	X		X		X		X	
	¿Qué colores y formas en una fotografía de comida le resultan más atractivos?	X		X		X		X	
	¿Cómo cree que la composición afecta la percepción de la calidad y atractivo de un plato en una fotografía?	X		X		X		X	
	¿Qué piensa sobre el uso de técnicas de composición como el espacio negativo y la perspectiva en la fotografía de comida?	X		X		X		X	
	Dimensión 2	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No

	Elementos Técnicos de la Fotografía								
	¿Qué opinión tiene sobre la importancia de la elección de la cámara en la fotografía de comida?	X		X		X		X	
2	¿Cómo considera que la elección del objetivo y el sensor afecta la calidad de las fotografías de alimentos?	X		X		X		X	
3	¿Qué configuraciones técnicas (diafragma, velocidad de obturador, ISO) considera cruciales para obtener imágenes impactantes de comida?	X		X		X		X	
	¿De qué manera cree que el balance de blancos y el enfoque influyen en la presentación de alimentos en una fotografía?	X		X		X		X	
	Dimensión 4 Elementos Simbólicos de la Fotografía	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿Cómo percibe la influencia de la luz y sombra en la presentación de la comida en una fotografía?	X		X		X		X	
	¿Considera que la incorporación de agua en las imágenes de comida puede realzar la presentación y atractivo visual?	X		X		X		X	
	¿Qué opinión tiene	X		X		X		X	

sobre la integración de elementos de la naturaleza en la composición de las fotografías de comida?									
¿Cómo piensa que los símbolos culturales pueden ser representados en la fotografía de comida para resaltar la identidad de un restaurante?	X		X		X		X		
¿Qué impacto cree que tienen los elementos humanos en las fotografías de comida en la percepción de autenticidad y conexión emocional con la marca del restaurante?	X		X		X		X		
¿Qué objetos adicionales considera relevantes para complementar la presentación de la comida en una fotografía y por qué?	X		X		X		X		
Dimensión 4 Uso simbólico del color	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
¿Cómo considera que la selección de colores influye en la percepción de los platos y en la promoción de la marca del restaurante?	X		X		X		X		
Dimensión 2 Análisis Semiótico	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
¿Qué elementos en una fotografía de comida captan su atención y por qué?	X		X		X		X		
¿Cómo interpreta los elementos	X		X		X		X		

visuales y simbólicos en relación con la comida y la marca del restaurante?									
Dimensión 2 Factores interpretativos de la fotografía	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
¿Qué opina sobre el papel del contexto en la interpretación de una fotografía de comida?	X		X		X		X		
¿Cómo cree que la intención del fotógrafo influye en la percepción de la marca del restaurante a través de la imagen?	X		X		X		X		
¿Qué perspectivas o ángulos de cámara considera más efectivos para resaltar los platos de un restaurante?	X		X		X		X		
¿Qué efectos de edición o postproducción considera pertinentes para realzar la presentación de la comida en una fotografía?	X		X		X		X		
¿Qué emociones o sensaciones espera que una fotografía de comida transmita a un cliente potencial?	X		X		X		X		
¿Qué conocimientos o referencias culturales cree que pueden influir en la percepción de la comida y la marca en la imagen?	X		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

El instrumento presenta suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable(X) Aplicable después de corregir() No aplicable()

Apellidos y nombres del juez validador: Tirado Galarreta, Gaspar Cristian

Especialidad: Marketing y Publicidad

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Instrumento de Validación No Experimental por Juicio de expertos

o	DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
PROMEDIO OBTENIDO:) A (X D () :

6. COMENTARIOS GENERALES
7. OBSERVACIONES

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Juez Experto

Colegiatura Nº 20065 – Colegio de Periodistas

Ficha de validación según AIKEN

Datos generales

Apellidos y nombres del informante	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del Instrumento
Anónimo/ Se trata de documentos	Sin cargo a precisar	Guía de entrevista	Instrumento de elaboración propia
Título de la Investigación: Propuesta De Fotografía Food Styling Para Notoriedad De Una Marca De Restaurante En Bagua			

Aspectos de validación de cada ítem

Estimado Tirado Galarreta, Gaspar Cristian complete la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto. Escriba (A) acuerdo o (D) desacuerdo en la segunda columna. Asimismo, si tiene alguna opción o propuesta de modificación, escriba en la columna correspondiente.

TEMS ^I	ACUERDO O DESACUERDO	MODIFICACIÓN Y OPINIÓN
1	A	-
2	A	-
3	A	-
4	A	-
5	A	-
6	A	-
7	A	-

8	A	-
9	A	-
10	A	-
11	A	-

Opinión de aplicabilidad del instrumento certificado de validez de contenido del instrumento

	Dimensiones/Ítems	Claridad		Contexto		Congruencia		Dominio del constructo	
		i	o	i	o	Si	o	i	o
	Variable 2: Notoriedad de la Marca Dimensión 1 Reconocimiento de la Marca								
	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	X		X		X		X	
	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	X		X		X		X	
	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	X		X		X		X	
	Dimensión 2 Familiaridad de la Marca								
	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	X		X		X		X	
	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante	X		X		X		X	

	después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?								
	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	X		X		X		X	
	Dimensión 3 Diferenciación de la Marca	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	X		X		X		X	
	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	X		X		X		X	
	Dimensión 4 Cobertura de la marca	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	X		X		X		X	
	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	X		X		X		X	
	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	X		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

El instrumento presenta suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable

()

Apellidos y nombres del juez validador: Tirado Galarreta, Gaspar Cristian

Especialidad: Marketing y Publicidad

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Instrumento de Validación No Experimental por Juicio de expertos

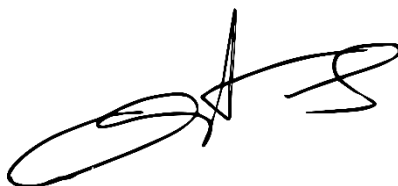
1. NOMBRE DEL JUEZ		Carlos Alberto Otero Gonzales
	PROFESIÓN	Administrador
	ESPECIALIDAD	Marketing
	GRADO ACADÉMICO	Doctorado
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	Docencia universitaria (10 años)
	CARGO	Docente del curso de Empresa de Diseño
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		GENERAL Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023
		ESPECÍFICOS <ul style="list-style-type: none">- Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes.- Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores.- Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.

A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO		
o		
1	¿Qué elementos visuales en una fotografía de comida captan más su atención?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
2	¿Cómo percibe la disposición y organización de los elementos en la fotografía de comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
3	¿Qué colores y formas en una fotografía de comida le resultan más atractivos?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
4	¿Qué opinión tiene sobre la importancia de la elección de la cámara en la fotografía de comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
5	¿Cómo considera que la elección del objetivo y el sensor afecta la calidad de las fotografías de alimentos?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
6	¿Qué configuraciones técnicas (diafragma, velocidad de obturador, ISO) considera cruciales para obtener imágenes impactantes de comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
7	¿Cómo cree que la composición afecta la percepción de la calidad y atractivo de un plato en una fotografía?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
8	¿Qué piensa sobre el uso de técnicas de composición como el espacio negativo y la perspectiva en la fotografía de comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
9	¿De qué manera cree que el balance de blancos y el enfoque influyen en la presentación de alimentos en una fotografía?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
0	¿Cómo percibe la influencia de la luz y sombra en la presentación de la comida en una fotografía?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
1	¿Considera que la incorporación de agua en las imágenes de comida puede realzar la presentación y atractivo visual?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
2	¿Qué opinión tiene sobre la integración de elementos de la naturaleza en la composición de las fotografías de comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:

3	¿Cómo piensa que los símbolos culturales pueden ser representados en la fotografía de comida para resaltar la identidad de un restaurante?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
4	¿Qué impacto cree que tienen los elementos humanos en las fotografías de comida en la percepción de autenticidad y conexión emocional con la marca del restaurante?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
5	¿Qué objetos adicionales considera relevantes para complementar la presentación de la comida en una fotografía y por qué?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
6	¿Cómo considera que la selección de colores influye en la percepción de los platos y en la promoción de la marca del restaurante?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
7	¿Qué elementos en una fotografía de comida captan su atención y por qué?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
8	¿Cómo interpreta los elementos visuales y simbólicos en relación con la comida y la marca del restaurante?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
9	¿Qué opina sobre el papel del contexto en la interpretación de una fotografía de comida?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
0	¿Cómo cree que la intención del fotógrafo influye en la percepción de la marca del restaurante a través de la imagen?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
1	¿Qué perspectivas o ángulos de cámara considera más efectivos para resaltar los platos de un restaurante?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
2	¿Qué efectos de edición o postproducción considera pertinentes para realzar la presentación de la comida en una fotografía?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
3	¿Qué emociones o sensaciones espera que una fotografía de comida transmita a un cliente potencial?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
4	¿Qué conocimientos o referencias culturales cree que pueden influir en la percepción de la comida y la marca en la imagen?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
PROMEDIO OBTENIDO:		A (X)	D () :
6. COMENTARIOS GENERALES			

7. OBSERVACIONES



Juez Experto

Colegiatura Nº 675 – Colegio de Periodistas

Ficha de validación según AIKEN

Datos generales

Apellidos y nombres del informante	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del Instrumento
Anónimo/ Se trata de documentos	Sin cargo a precisar	Guía de entrevista	Instrumento de elaboración propia
Título de la Investigación: Propuesta De Fotografía Food Styling Para la Notoriedad De Una Marca De Restaurante En Bagua			

Aspectos de validación de cada Item

Estimado Carlos Alberto Otero Gonzales complete la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto. Escriba (A) acuerdo o (D) desacuerdo en la segunda columna. Asimismo, si tiene alguna opción o propuesta de modificación, escriba en la columna correspondiente.

ITEMS	ACUERDO O DESACUERDO	MODIFICACIÓN Y OPINIÓN
1	A	-
2	A	-
3	A	-

4	A	-
5	A	-
6	A	-
7	A	-
8	A	-
9	A	-
10	A	-
11	A	-
12	A	-
13	A	-
14	A	-
15	A	-
16	A	-
17	A	-
18	A	-
19	A	-

20	A	-
21	A	-
22	A	-
23	A	-
24	A	-

Opinión de aplicabilidad del instrumento certificado de validez de contenido del instrumento.

	Dimensiones/Ítems	Claridad		Contexto		Congruencia		Dominio del constructo	
		i	o	i	o	Si	o	i	o
	Variable 1: La fotografía Food Styling Dimensión 1 Elementos Fotográficos	i	o	i	o	Si	o	i	o
	¿Qué elementos visuales en una fotografía de comida captan más su atención?	X		X		X		X	
	¿Cómo percibe la disposición y organización de los elementos en la fotografía de comida?	X		X		X		X	
	¿Qué colores y formas en una fotografía de comida le resultan más atractivos?	X		X		X		X	
	¿Cómo cree que la composición afecta la percepción de la	X		X		X		X	

	calidad y atractivo de un plato en una fotografía?								
	¿Qué piensa sobre el uso de técnicas de composición como el espacio negativo y la perspectiva en la fotografía de comida?	X		X		X		X	
	Dimensión 2 Elementos Técnicos de la Fotografía	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿Qué opinión tiene sobre la importancia de la elección de la cámara en la fotografía de comida?	X		X		X		X	
2	¿Cómo considera que la elección del objetivo y el sensor afecta la calidad de las fotografías de alimentos?	X		X		X		X	
3	¿Qué configuraciones técnicas (diafragma, velocidad de obturador, ISO) considera cruciales para obtener imágenes impactantes de comida?	X		X		X		X	
	¿De qué manera cree que el balance de blancos y el enfoque influyen en la presentación de alimentos en una fotografía?	X		X		X		X	
	Dimensión 4 Elementos Simbólicos de la Fotografía	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿Cómo percibe la influencia de la luz y sombra en la	X		X		X		X	

	presentación de la comida en una fotografía?								
	¿Considera que la incorporación de agua en las imágenes de comida puede realzar la presentación y atractivo visual?	X		X		X		X	
	¿Qué opinión tiene sobre la integración de elementos de la naturaleza en la composición de las fotografías de comida?	X		X		X		X	
	¿Cómo piensa que los símbolos culturales pueden ser representados en la fotografía de comida para resaltar la identidad de un restaurante?	X		X		X		X	
	¿Qué impacto cree que tienen los elementos humanos en las fotografías de comida en la percepción de autenticidad y conexión emocional con la marca del restaurante?	X		X		X		X	
	¿Qué objetos adicionales considera relevantes para complementar la presentación de la comida en una fotografía y por qué?	X		X		X		X	
	Dimensión 4 Uso simbólico del color	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿Cómo considera que la selección de colores influye en la percepción de los	X		X		X		X	

	platos y en la promoción de la marca del restaurante?								
	Dimensión 2 Análisis Semiótico	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿Qué elementos en una fotografía de comida captan su atención y por qué?	X		X		X		X	
	¿Cómo interpreta los elementos visuales y simbólicos en relación con la comida y la marca del restaurante?	X		X		X		X	
	Dimensión 2 Factores interpretativos de la fotografía	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿Qué opina sobre el papel del contexto en la interpretación de una fotografía de comida?	X		X		X		X	
	¿Cómo cree que la intención del fotógrafo influye en la percepción de la marca del restaurante a través de la imagen?	X		X		X		X	
	¿Qué perspectivas o ángulos de cámara considera más efectivos para resaltar los platos de un restaurante?	X		X		X		X	
	¿Qué efectos de edición o postproducción considera pertinentes para realzar la presentación de la comida en una fotografía?	X		X		X		X	
	¿Qué emociones o sensaciones espera que una fotografía de comida	X		X		X		X	

transmita a un cliente potencial?								
¿Qué conocimientos o referencias culturales cree que pueden influir en la percepción de la comida y la marca en la imagen?	X		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

El instrumento presenta suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: Carlos Alberto Otero Gonzales

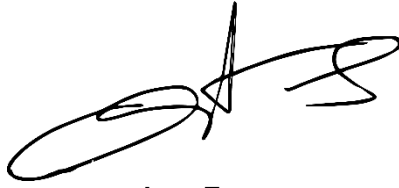
Especialidad: Marketing

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Instrumento de Validación No Experimental por Juicio de expertos

1. NOMBRE DEL JUEZ		Carlos Alberto Otero Gonzales
	PROFESIÓN	Administrador
	ESPECIALIDAD	Marketing
	GRADO ACADÉMICO	Doctorado
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	Docencia universitaria (10 años)
	CARGO	Docente del curso de Empresa de Diseño
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
.2		
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p>GENERAL Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO		
o		
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y	A (X) D () SUGERE NCIAS:

	atractiva?	
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
PROMEDIO OBTENIDO:		A (X) D () :
6. COMENTARIOS GENERALES		
7. OBSERVACIONES		

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a vertical stroke, positioned above the text 'Juez Experto'.

Juez Experto

Colegiatura N° – Colegio de Periodistas

Ficha de validación según AIKEN

Datos generales

Apellidos y nombres del informante	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del Instrumento
Anónimo/ Se trata de documentos	Sin cargo a precisar	Guía de entrevista	Instrumento de elaboración propia
Título de la Investigación: Propuesta De Fotografía Food Styling Para Notoriedad De Una Marca De Restaurante En Bagua			

Aspectos de validación de cada Item

Estimado Carlos Alberto Otero Gonzales complete la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto. Escriba (A) acuerdo o (D) desacuerdo en la segunda columna. Asimismo, si tiene alguna opción o propuesta de modificación, escriba en la columna correspondiente.

TEMS ^I	ACUERDO O DESACUERDO	MODIFICACIÓN Y OPINIÓN
1	A	-
2	A	-
3	A	-
4	A	-
5	A	-
6	A	-
7	A	-

8	A	-
9	A	-
10	A	-
11	A	-

Opinión de aplicabilidad del instrumento certificado de validez de contenido del instrumento

	Dimensiones/Ítems	Claridad		Contexto		Congruencia		Dominio del constructo	
		i	o	i	o	Si	o	i	o
	Variable 2: Notoriedad de la Marca Dimensión 1 Reconocimiento de la Marca								
	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	X		X		X		X	
	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	X		X		X		X	
	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	X		X		X		X	
	Dimensión 2 Familiaridad de la Marca								
	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	X		X		X		X	
	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante	X		X		X		X	

	después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?								
	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	X		X		X		X	
	Dimensión 3 Diferenciación de la Marca	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	X		X		X		X	
	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	X		X		X		X	
	Dimensión 4 Cobertura de la marca	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	X		X		X		X	
	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	X		X		X		X	
	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	X		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

El instrumento presenta suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Carlos Alberto Otero Gonzales Especialidad:

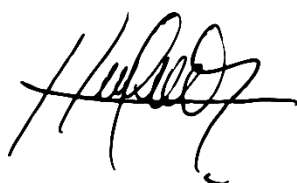
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**Instrumento de Validación No Experimental por Juicio de expertos**

1. NOMBRE DEL JUEZ		Héctor Lozano
	PROFESIÓN	Comunicador
	ESPECIALIDAD	Publicidad
	GRADO ACADÉMICO	Maestro
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	Docencia universitaria (17 años)
	CARGO	Docente del curso de Fotografía
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p style="text-align: center;"><u>GENERAL</u> Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p style="text-align: center;"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO		
o		

1	¿Qué elementos visuales en una fotografía de comida captan más su atención?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
2	¿Cómo percibe la disposición y organización de los elementos en la fotografía de comida?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
3	¿Qué colores y formas en una fotografía de comida le resultan más atractivos?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
4	¿Qué opinión tiene sobre la importancia de la elección de la cámara en la fotografía de comida?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
5	¿Cómo considera que la elección del objetivo y el sensor afecta la calidad de las fotografías de alimentos?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
6	¿Qué configuraciones técnicas (diafragma, velocidad de obturador, ISO) considera cruciales para obtener imágenes impactantes de comida?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
7	¿Cómo cree que la composición afecta la percepción de la calidad y atractivo de un plato en una fotografía?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
8	¿Qué piensa sobre el uso de técnicas de composición como el espacio negativo y la perspectiva en la fotografía de comida?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
9	¿De qué manera cree que el balance de blancos y el enfoque influyen en la presentación de alimentos en una fotografía?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
0	¿Cómo percibe la influencia de la luz y sombra en la presentación de la comida en una fotografía?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
1	¿Considera que la incorporación de agua en las imágenes de comida puede realzar la presentación y atractivo visual?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
2	¿Qué opinión tiene sobre la integración de elementos de la naturaleza en la composición de las fotografías de comida?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
3	¿Cómo piensa que los símbolos culturales pueden ser representados en la fotografía de comida para resaltar la identidad de un restaurante?	A (X) SUGERE NCIAS:	D ()
	¿Qué impacto cree que tienen los	A (X) SUGERE	D ()

4	elementos humanos en las fotografías de comida en la percepción de autenticidad y conexión emocional con la marca del restaurante?	NCIAS:
5	¿Qué objetos adicionales considera relevantes para complementar la presentación de la comida en una fotografía y por qué?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
6	¿Cómo considera que la selección de colores influye en la percepción de los platos y en la promoción de la marca del restaurante?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
7	¿Qué elementos en una fotografía de comida captan su atención y por qué?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
8	¿Cómo interpreta los elementos visuales y simbólicos en relación con la comida y la marca del restaurante?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
9	¿Qué opina sobre el papel del contexto en la interpretación de una fotografía de comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
0	¿Cómo cree que la intención del fotógrafo influye en la percepción de la marca del restaurante a través de la imagen?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
1	¿Qué perspectivas o ángulos de cámara considera más efectivos para resaltar los platos de un restaurante?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
2	¿Qué efectos de edición o postproducción considera pertinentes para realzar la presentación de la comida en una fotografía?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
3	¿Qué emociones o sensaciones espera que una fotografía de comida transmita a un cliente potencial?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
4	¿Qué conocimientos o referencias culturales cree que pueden influir en la percepción de la comida y la marca en la imagen?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
PROMEDIO OBTENIDO:		A D () (X) :
6. COMENTARIOS GENERALES		
7. OBSERVACIONES		

Juez Experto

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'H. P. J. J.', written in a cursive style.

Colegiatura Nº – Colegio de Periodistas

Ficha de validación según AIKEN

Datos generales

Apellidos y nombres del informante	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del Instrumento
Anónimo/ Se trata de documentos	Sin cargo a precisar	Guía de entrevista	Instrumento de elaboración propia
Título de la Investigación: Propuesta De Fotografía Food Styling Para la Notoriedad De Una Marca De Restaurante En Bagua			

Aspectos de validación de cada Item

Estimado Héctor Lozano complete la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto. Escriba (A) acuerdo o (D) desacuerdo en la segunda columna. Asimismo, si tiene alguna opción o propuesta de modificación, escriba en la columna correspondiente.

ITEMS	ACUERDO O DESACUERDO	MODIFICACIÓN Y OPINIÓN
1	A	-
2	A	-
3	A	-
4	A	-
5	A	-
6	A	-
7	A	-

8	A	-
9	A	-
10	A	-
11	A	-
12	A	-
13	A	-
14	A	-
15	A	-
16	A	-
17	A	-
18	A	-
19	A	-
20	A	-
21	A	-
22	A	-
23	A	-

24	A	-
----	---	---

Opinión de aplicabilidad del instrumento certificado de validez de contenido del instrumento

	Dimensiones/Ítems	Claridad		Contexto		Congruencia		Dominio del constructo	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	Variable 1: La fotografía Food Styling Dimensión 1 Elementos Fotográficos	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿Qué elementos visuales en una fotografía de comida captan más su atención?	X		X		X		X	
	¿Cómo percibe la disposición y organización de los elementos en la fotografía de comida?	X		X		X		X	
	¿Qué colores y formas en una fotografía de comida le resultan más atractivos?	X		X		X		X	
	¿Cómo cree que la composición afecta la percepción de la calidad y atractivo de un plato en una fotografía?	X		X		X		X	
	¿Qué piensa sobre el uso de técnicas de composición como el espacio negativo y la perspectiva en la fotografía de comida?	X		X		X		X	
	Dimensión 2 Elementos	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No

	Técnicos de la Fotografía								
	¿Qué opinión tiene sobre la importancia de la elección de la cámara en la fotografía de comida?	X		X		X		X	
2	¿Cómo considera que la elección del objetivo y el sensor afecta la calidad de las fotografías de alimentos?	X		X		X		X	
3	¿Qué configuraciones técnicas (diafragma, velocidad de obturador, ISO) considera cruciales para obtener imágenes impactantes de comida?	X		X		X		X	
	¿De qué manera cree que el balance de blancos y el enfoque influyen en la presentación de alimentos en una fotografía?	X		X		X		X	
	Dimensión 4 Elementos Simbólicos de la Fotografía	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿Cómo percibe la influencia de la luz y sombra en la presentación de la comida en una fotografía?	X		X		X		X	
	¿Considera que la incorporación de agua en las imágenes de comida puede realzar la presentación y atractivo visual?	X		X		X		X	
	¿Qué opinión tiene sobre la integración	X		X		X		X	

de elementos de la naturaleza en la composición de las fotografías de comida?									
¿Cómo piensa que los símbolos culturales pueden ser representados en la fotografía de comida para resaltar la identidad de un restaurante?	X		X		X		X		
¿Qué impacto cree que tienen los elementos humanos en las fotografías de comida en la percepción de autenticidad y conexión emocional con la marca del restaurante?	X		X		X		X		
¿Qué objetos adicionales considera relevantes para complementar la presentación de la comida en una fotografía y por qué?	X		X		X		X		
Dimensión 4 Uso simbólico del color	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
¿Cómo considera que la selección de colores influye en la percepción de los platos y en la promoción de la marca del restaurante?	X		X		X		X		
Dimensión 2 Análisis Semiótico	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
¿Qué elementos en una fotografía de comida captan su atención y por qué?	X		X		X		X		
¿Cómo interpreta los elementos visuales y	X		X		X		X		

	simbólicos en relación con la comida y la marca del restaurante?								
	Dimensión 2 Factores interpretativos de la fotografía	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿Qué opina sobre el papel del contexto en la interpretación de una fotografía de comida?	X		X		X		X	
	¿Cómo cree que la intención del fotógrafo influye en la percepción de la marca del restaurante a través de la imagen?	X		X		X		X	
	¿Qué perspectivas o ángulos de cámara considera más efectivos para resaltar los platos de un restaurante?	X		X		X		X	
	¿Qué efectos de edición o postproducción considera pertinentes para realzar la presentación de la comida en una fotografía?	X		X		X		X	
	¿Qué emociones o sensaciones espera que una fotografía de comida transmita a un cliente potencial?	X		X		X		X	
	¿Qué conocimientos o referencias culturales cree que pueden influir en la percepción de la comida y la marca en la imagen?	X		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

El instrumento presenta suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Héctor Lozano

Especialidad: Publicidad

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

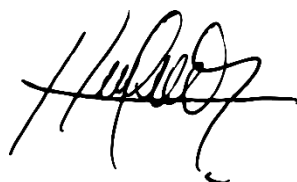
Instrumento de Validación No Experimental por Juicio de expertos

1. NOMBRE DEL JUEZ		Héctor Lozano
	PROFESIÓN	Comunicador
	ESPECIALIDAD	Publicidad
	GRADO ACADÉMICO	Maestro
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	Docencia universitaria (17 años)
	CARGO	Docente del curso de Fotografía
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1 .2	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p style="text-align: center;"><u>GENERAL</u> Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p style="text-align: center;"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
o	DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	

1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	A (X) SUGERE NCIAS:
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	A (X) D () SUGERE NCIAS:
PROMEDIO OBTENIDO:		X A () D () :
6. COMENTARIOS GENERALES		

7. OBSERVACIONES

Al momento de aplicarlo se debe usar términos más simples para las personas que serán entrevistadas, ya que no entienden tantos términos técnicos.



Juez Experto

Colegiatura N° – Colegio de Periodistas

Ficha de validación según AIKEN

Datos generales

Apellidos y nombres del informante	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de evaluación	Autor del Instrumento
Anónimo/ Se trata de documentos	Sin cargo a precisar	Guía de entrevista	Instrumento de elaboración propia
Título de la Investigación: Propuesta De Fotografía Food Styling Para Notoriedad De Una Marca De Restaurante En Bagua			

Aspectos de validación de cada ítem

Estimado Héctor Lozano complete la siguiente tabla después de haber observado y evaluado el instrumento adjunto. Escriba (A) acuerdo o (D) desacuerdo en la segunda columna. Asimismo, si tiene alguna opción o propuesta de modificación, escriba en la columna correspondiente.

I TEMS	ACUERDO O DESACUERDO	MODIFICACIÓN Y OPINIÓN
1	A	-
2	A	-
3	A	-

4	A	-
5	A	-
6	A	-
7	A	-
8	A	-
9	A	-
10	A	-
11	A	-

Opinión de aplicabilidad del instrumento certificado de validez de contenido del instrumento

	Dimensiones/Ítems	Claridad		Con texto		Congruencia		Dominio del constructo	
		i	o	i	o	Si	o	i	o
	Variable 2: Notoriedad de la Marca Dimensión 1 Reconocimiento de la Marca								
	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	X		X		X		X	
	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	X		X		X		X	
	¿Ha tenido una buena	X		X		X		X	

	experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?								
	Dimensión 2 Familiaridad de la Marca	i	o	i	o	Si	o	i	o
	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	X		X		X		X	
	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	X		X		X		X	
	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	X		X		X		X	
	Dimensión 3 Diferenciación de la Marca	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	X		X		X		X	
	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	X		X		X		X	
	Dimensión 4 Cobertura de la marca	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	X		X		X		X	
	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	X		X		X		X	
	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su	X		X		X		X	

percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

El instrumento presenta suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable () Aplicable después de corregir (X) No aplicable

()

Apellidos y nombres del juez validador: Héctor Lozano

Especialidad: Publicidad

Anexo 5: Aplicación de Instrumento de Investigación a Clientes

(Juan Alexis Altamirano Benavides)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1 .2	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (<input checked="" type="checkbox"/>) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p><u>GENERAL</u> Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	Lo que me llega a la mente son Toretos, El che Guevara, El tambo y El Ajicito
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	Si claro, por ejemplo, el Ajicito y el Tambo
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	En Toretos me atendieron a tiempo, no me hicieron esperar mucho tiempo por mi pedido.
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	Si, una buena apariencia del local + buena preparación de comida es lo que hace destacar a un local del resto.

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Si, por el grupo de Facebook "Te lo Vendo" de Bagua puedo ver los flyers de lo que prepara cada negocio.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Si en innumerables ocasiones, pero la universidad me quita tiempo jajaja
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Me gusta más las imágenes con relación a los platos a comer o el ambiente del restaurante.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	En Tik Tok vi como pusieron una publicidad de cabeza de Papa Johns lo que ocasiono que muchas personas fueran a su local solo por la curiosidad y se quedaron por la comida.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	He podido ver si más lo recuerdo anuncios por Redes Sociales como serian en el caso de Facebook y Tik Tok.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Si he podido ver por ejemplo publicidad de TAKIS y PAPAJOHNS
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Si muchas veces se piensa que la publicidad es solo en la fachada del local, pero ahora todo se encuentra en las redes.

(Melody Alexandra Esparraga Cieza)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1 .2	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p align="center"><u>GENERAL</u> Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	Toretos por tener una gran variedad de productos, de parrillas, su preparación y presentación es muy deliciosa.
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	Bueno si hablamos de restaurantes esta Toretos y parrillas Bagua, ambos hacen una buena preparación de parrillas, pero en lo personal me gusta más Toretos.
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	Bueno en el restaurante Toretos he tenido una muy buena experiencia en cuestión a atención al cliente, y si me gustaría compartir esa experiencia con otras personas.
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	Si he tenido la oportunidad de probar los platos en Toretos, la comida es exquisita, es super recomendable la verdad.

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Si, he tenido oportunidades de visitar los restaurantes por ver su publicidad como presentan sus productos o cualquier otro tipo de comida, siempre me llama la atención ese tipo de fotografías para ir y probar su comida.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Si, mucho de mis amigos me recomiendan restaurantes, hasta me enseñan fotos de como presentan la comida, animándome a ir a visitar esos restaurantes
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Me llama la atención las imágenes llamativas, por ejemplo, la persona preparando la comida y la forma en como lo presentan que a cualquier persona que llamaría la atención.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	Si he visto muchas publicidades, y la que mas me llamo la atención fue la de Toretos tanto en Bagua y Jaén.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	He visto en dos lugares que presentan su publicada muy hermosa, en Bagua y Jaén, que tan solo con verlo te convence de probarlo y querer adquirirlos, que llama la atención al verlas
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Si, muchas veces quede impresionada con la publicidad, no solo es una foto, si no la presentación y el cómo ellos lo presentan que da más ganas de ir a visitar el lugar.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Si, creo que la forma en como lo comparte y muestra altera la forma en como nosotros tomaremos las decisiones de elegir algún platillo o restaurante.

(Franklin Jhosep Fernández Suárez)

TÍTULO DE LA INVESTIGACION: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p align="center"><u>GENERAL</u></p> <p>Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	Bueno los restaurantes que se me llegan a la mente es el restaurante Tay-Shi y la Concha de los mares.
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	Se me viene los nombres como la Casita del Sabor, el restaurante Mesi y la Concha de los mares,
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	Si hay un restaurante que tiene buena sazón, es como si comieras en tu propia casa, el restaurante se llama si más lo recuerdo el restaurante la Casita del Sabor.
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	Claro, tiene una apariencia muy bonita, igual que la calidad de comida que tiene restaurante Mesi.

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Sii, en el restaurante Mesi vi unas fotografías que me persuadieron por así decirlo jajaja, en ir a probar y la verdad me encanto su comida.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Si, me han recomendado restaurantes con fotos creativas y sabrosas en más de una ocasión, pero solo falta ir a probarlas jajaja.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Me llama la atención la creatividad, presentación, que no sea tan común y se base en los platos típicos de esta zona.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	No recuerdo ahora una publicidad creativa o que tenga detrás como una historia en sí, ahora que lo pienso solo se me viene a la mente los videos promocionales de Coca Cola.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	Mayormente por las redes sociales porque es por donde las personas hacen sus anuncios
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Si he quedado impresionado por algunas presentaciones que he podido ver, por ejemplo, la Casa de Edgar, ese restaurante pone promociones interesantes como el de llevarte alistas + chaufa + refresco y tu postre de cortesía a diez soles.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Yo creo que no, nosotros mismo tenemos que comprobarlo, para poder juzgarlo.

(Estefany Alexandra Vallejos Montalvan)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua	
3. DATOS DEL TESISISTA	
.1	NOMBRES Y APELLIDOS José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO Pregrado
.2	
4. INSTRUMENTO EVALUADO	
Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()	
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	
<p align="center"><u>GENERAL</u> Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca. 	
1	<p>¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?</p> <p align="center">El restaurante que se me viene a la mente es Toretto's.</p>
2	<p>¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?</p> <p align="center">Algunos restaurantes que muestran comida deliciosa a parte de Toretto's es la casa de Edgar, San Antonio, El Eden, Lacasa del Tamarindo que queda por el Malecón.</p>
3	<p>¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?</p> <p align="center">Yo he tenido buenas experiencias en La Casa del Tamarindo y en La Casa de Edgar.</p>
4	<p>¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?</p> <p align="center">Si, he tenido muchas oportunidades de ir a restaurantes que cuentan comida rica, como La Casa del Tamarindo, Toretto's y el Eden, que tiene bonita presentación y tiene ricos mariscos.</p>

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Eh, sí; justo ha abierto un restaurante de parrillas y carnes, que se encuentra a espaldas de una discoteca muy conocida aquí.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Me recomendaron en ir a Khefrappe, pero para mi gusto no me gusto del todo, sus alitas no son tan jugosas, pero hay personas que les gusta.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Los anuncios que me llaman la atención en cuestión a comidas son las alitas, el chaufa, que estén preparados o estén bien decorados, los frappes, los cafés, los cocteles, videos de sus preparaciones, las promociones que tienen de sus comida que te llevan a captar tu atención.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	Recuerdo una publicación que me llamo la atención respecto a comidas fue una promoción de la Casa de Edgar, siempre hay promociones ahí, por ejemplo 4 alitas, un arroz chaufa y tu porción de papas está a 10 soles, sumando la buena atención, lo barato que es. Básicamente lo accesible que llega a ser.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	Mayormente veo recomendación en redes sociales como: Facebook, Instagram, en estados de WhasApp, los restaurantes a veces se crean cuentas en Tik Tok y publican su lugar de establecimiento o preparando sus comidas.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	La verdad quede encantada con la Casa del Tamarindo, con respecto a sus publicaciones, con sus promociones o incluso publican videos de como ellos preparan sus platillos típicos del lugar, muestran lo higiénicos que son y en algunos casos como fríen sus plátanos para el tacacho y otras cosas más.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	No, más bien, yo creo que es algo positivo que publiquen en las redes sociales sobre su emprendimiento o negocio, de sus trabajadores, de sus preparaciones, el cómo lo preparan, ya que llama la atención, con sorteos y promociones que hacen, a mi parecer eso captaría la atención de la mayoría, pero si la comida no es rica por más que tengan una increíble publicidad, la gente no llegara al local.

(Jack Leyton León Serrano)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p><u>GENERAL</u> Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes.- Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores.- Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	Varía dependiendo la hora, pero siempre se me antoja por las tardes en marisquerías o restaurantes así, en las noches las parrillas, a mi como consumidor es lo que visualmente me gusta y me agrada al momento de comerlo.

2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	En esta zona podemos encontrar el restaurante Ajicito, tiene una buena sazón, al momento de la cena me gusta ir a Toretos que es muy agradable a mi gusto, suele llenarme siempre que voy y ni que hablar de su buena atención.
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	Claro, en el Ajicito un restaurante que previamente ya me había hablado de él, la primera vez que consumí ahí basto para querer volver, era muy agradable sus platos y su presentación era innovadora, todo con una buena sazón.
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	Bueno, visualmente que he podido conocer fue el Sabor Marino, su comida es exquisita pero últimamente ha bajado la sazón, que podría ser por varios motivos, pero es muy acogedor y espacioso.
5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	No, mayormente voy por recomendaciones, para más o menos tener la idea en que voy a consumir y gastar.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Si, peor en mi caso me enfoco más en cómo me cuentan la experiencia de esa persona, al consumirlas
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Me llama la atención local grandes, pero no me baso mucho en eso, Me gusta más un local no tan llamativo pero que tenga buenas recomendaciones por parte de sus clientes, me baso más en esas experiencias previas que ellos tengan.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	Los anuncios que más creativos me parecen son los restaurantes que patrocinan o anuncian el poner sus orquestas, ya que en mi caso me gusta la música, y el comer con ella me genera una gran satisfacción.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	Por redes sociales no sigo a los restaurantes, pero he escuchado mucho del restaurante que ha ganado el primer lugar, lo cual es fuera de Bagua, pero dentro de la localidad se podría decir que es el Sabor Marino por como el sueño difunde su publicidad, sea por redes sociales, tv o la radio.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	La verdad no, no me sorprende el ver eso, al contrario, me genera apetito, pero me agrada mucho la idea que sea visiblemente agradable, pero lo más importante es que sepa bien y agradable a mis ojos.

1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	No, creo que afecte la publicidad, ayuda más bien a ser conocido al local y tenga más clientes, no lo veo malo solo ayuda a sumar a ser más efectivo en las ganancias con ayuda de sus publicidades.
---	--	--

(Jean Carlos Santacruz Cumbia)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua	
3. DATOS DEL TESISISTA	
.1	NOMBRES Y APELLIDOS José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO Pregrado
.2	
4. INSTRUMENTO EVALUADO	
Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()	
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	
GENERAL Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023	
ESPECÍFICOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca. 	
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?
Me llega a la mente la Rustica de Aaron, Sabor Marino, Khefrappe, la Esquinita.	
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?
Si claro, el Sabor Marino, Khefappe y la Concha de los mares.	
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?
Tuve la oportunidad de ingresar a un restaurante donde había animales silvestres porque me llamo la atención al ser pocos los locales que cuentan con este tipo de temática.	
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?
Si, una vez tuve la oportunidad de poder ver y disgustar en el local de Tay-Shi, el plato que pude comer en esa ocasión se llamó aeropuerto de chancho.	

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	En muchas oportunidades logre ir, ya que amigos me presentaban publicidades de diferentes locales, estos me llamaban la atención inmediatamente.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Muchos amigos me presentan en fotografías de platillos atractivos visualmente, estos me facilitaban el poder elegir al instante.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Ahora que lo pienso, no me había fijado en cuál de las imágenes en un anuncio me llaman la atención, pero si me lo pones así, te responderé que lo que me llama a mí la atención es la comida.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	Bueno si, pude ver en Facebook una promoción donde involucraba diferentes platillos, algo así como un dúo o trio marino, pero en comida rápidas varia la redundancia.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	Se podría decir que pude ver eso cuando fui a un campo deportivo, en las paredes se veía gigantografías de publicidades de comidas que se preparaban en el propio local.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	La verdad si, en Facebook pude ver como una página presentaba su platillo a través del proceso de preparación que tubo, en esa ocasión preparaban un Lomo Saltado, me gusto por como lo presentaban, el cómo flameaba cuando se freía la carne y como terminaban al emplatar todo el contenido.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	En mi opinión creo que no afectaría en nada, siempre y cuando la publicidad no mienta sobre la sazón o la presentación que tenga en la propia publicidad, porque ya me paso en más de una ocasión que fui a comprobar un platillo por a verme gustado visualmente, pero al momento de comerlo, el sabor no coincidía con lo que se quería vender en la publicidad, en parte creo que es un poco injusto eso, pero que vamos a esperar, es como le digo a mis amigos, la publicidad es muy engañosa

(Hugo César Anticona Monja)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1 .2	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p align="center"><u>GENERAL</u></p> <p>Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	Me llega a la mente los nombres como el de la Rustica de Aaron, Sabor Marino, Toretos y El Ajicito.
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	Mmm no los recuerdo del todo, pero hay un local que abren a partir de las 6 de la tarde, queda al frente de la clínica Pasteour, he podido ver que hacen ver a sus platos más atractivos, y el sabor ni que hablar.
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	Ehh, si, como le mencioné anteriormente en ese local que le dije y en Toretos, que es de donde estoy saliendo jajaja
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	Pues sí, por ahora los que he podido ir a probar esos platos fueron en los restaurantes de Toretos y El Hincha.

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	En numerosas ocasiones la verdad jajaja, es más por la curiosidad y el no quedarme con las ganas de probar el por qué tan apetitoso se visualiza.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Varios conocidos y vecinos me recomiendan siempre restaurantes, porque saben que me gusta visitar y ver locales nuevos de comida.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Pues el de la comida en sí, porque siento que el precio y las letras ya son como complementarias, a mi parecer obviamente, no sé cómo piensen el resto.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	Si, últimamente me está saliendo publicidades de un local que tengo como pendiente visitarlo, se llama "Keffrappé", pero con una historia interesante no tanto, solo los anuncios de Coca Cola.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	Como le dije anteriormente, creo yo que sería en el local "Keffrappé" que mayormente los veo por redes sociales y en algunos casos en eventos.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Si, en Chiclayo me gusta la publicidad de una cafetería, Tostao Café, sus postres, las imágenes que usan porque se nota que ellos mismos toman esas fotografías, lo hace ver más bonito.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Yo opino que sí, es muy cómo le puedo decir, es como indispensable ya que varía y ayuda a nosotros a ver que podemos comer cuando vayamos a su local o incluso tener más en consideración a la hora de elegir un restaurante.

(María Bethi Izquierdo Quispe)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1 .2	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p align="center"><u>GENERAL</u> Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	El único que se me viene a la mente es Toretos, después hay uno en Chiclayo, se llama Misha y es una cafetería.
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	Principalmente se llega a mi mente El ajicito, Toretos y Keffrappé, claro eso a nivel local, porque sé que hay mejores restaurantes con buenas presentaciones.
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	Pues por ahora el de Toretos, sus mozos y su comida dan la talla para ser considerado uno de mis preferidos en la localidad, claro el precio vale la pena.
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	Por ahora solo en Toretos y en Mapache Frio, que es una heladería en Chiclayo.

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Claro que sí, mayormente me spamea mucho contenido de comida cuando voy a lugares nuevos, y veo cual anuncio llama más mi atención para poder ir a comer ahí.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Si, mi familia mayormente son los que dicen y sugieren en ir a degustar nuevos lugares solo por un anuncio que ellos hayan podido ver.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Me llama más la atención el cómo es presentado los tipos de comidas, si está flameando o no al momento de ser preparado, o la coherencia y equilibrio que deben tener.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	Me gusta la publicidad de la cafetería de Chiclayo, se llama Tostao, me gusta como presentan su comida.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	Como le mencione anteriormente, me gusta los anuncios de Tostao que es una cafetería de Chiclayo.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Pues sí, me gusto la presentación de un restaurante llamado Chifa China, la presentación de sus platos es muy agradable y apetitosa la verdad, me gusta lo simple que llega a ser, pero esa simpleza le da su toque.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Claro que sí, un ejemplo claro te puedo dar con Chifa China, ese restaurante tiene unas fotografías y un estilo característico del resto de restaurantes del mismo rubro, es por eso que yo siempre opto por visitarlos cada viaje a Chiclayo.

(Yameli del Rosario Becerra Villalobos)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p align="center"><u>GENERAL</u> Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	Me llega a la mente la Sabor Marino, Khefrappe y el Ajicito.
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	Si claro, Khefrappe y la Casa de Edgar.
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	En Torettos, me gusta el cómo me atienden y lo rico que llega a ser su comida.
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	En Khefrappe, mayormente todo lo que promocionan en sus redes son auténticas al ir y comer en su local

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Si, en redes sociales siempre me spameaba anuncio de un restaurante llamado la Casa de Edgar, me animo las promociones que tenían.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Yo que estudio en Chiclayo siempre me recomiendan ese tipo de restaurantes, me llaman la atención ni bien veo un video o foto de sus platillos en sus redes sociales.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Me llama la atención el cómo este organizada, el cómo acompañe las cosas o la iluminación al platillo principal, sin quitarle protagonismo.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	Si, la verdad que sí, pero fue de Chiclayo una promoción donde tenías que ir en pijama al local y te daban la comida gratis, pero todo era con un límite, ese día fui de curiosa a ver si lo harían y vi una cola larga de gente con su pijama graciosas.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	En Bagua he visto pocos; por ejemplo, Khefrappe y Torettos, pero en el caso de Torettos sus imágenes que suben son borrosas, a pesar de tener renombre aquí, siguen mostrando de manera inadecuada su comida, pero el sabor y presentación en el propio local lo recompensa.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Si, sería el que le mencione antes, que promocionaron como un pequeño juego, de que si venias en pijama te darían comida, creo que fue Popeyes quien hizo eso, no recuerdo bien.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Si, afecta demasiado, en mi casa me dejo persuadir por las imágenes que publiquen en sus redes sociales, yo elijo el restaurante dependiendo de cómo lo presenten, y siempre que me llama la atención o me gusta el anuncio, los visito y termino encantado con la presentación y la propia comida.

(Domingo Jesús Vega Gonzales)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua	
3. DATOS DEL TESISISTA	
.1	NOMBRES Y APELLIDOS José Omar Vega Izquierdo
.2	PROGRAMA DE POSTGRADO Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()	
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	
GENERAL Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023	
ESPECÍFICOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca. 	
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva? Bueno algunos nombres de Restaurantes que conozco es: El buen sabor, La rustica de Aron, El plato rico.
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva? Si, el buen Sabor, de otros no mucho porque más se ve imágenes que no atraen mucho.
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir? Si, en el Restaurante Pollería el Tong King, ya llevo tiempo probando sus platos y me agrada su trato con los clientes.
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida? Si, una vez tuve la oportunidad de poder ver y disgustar en el local del sabor marino un piqueo.

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Sí, porque quería probar su sazón, y ver como cocinan, y comprobar la propaganda que han puesto.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Si, mis amigos del trabajo.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Bueno Platos criollos, Ceviche, Parihuela.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	Solo con platos de comida, el sabor marino, fotos de gente que acudía a comer
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	El sabor marino, fotos de personas que ya visitaron el lugar, ya con eso llegue a visitar su local y degustar.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Bueno he visto muchas publicidades, pero no, así como para llamarme la atención a inspirarme a ir.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	No, no afecta en nada, siempre acido bien proporcionada y tal conforme a la publicidad.

(Raúl Ernesto Ortiz Rodriguez)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p align="center"><u>GENERAL</u></p> <p>Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	Quando pienso en comidas deliciosas, solo me puedo imaginar una cosa y eso es una parrilla en la Blanquiroja que queda cerca de mi casa.
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	Claro, cómo mencioné el restaurante "Blanquiroja" es buen lugar para mostrar una deliciosa comida como también La marisquería "Noa Noa" y el "Tambo"
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	Si, recientemente fui a una marisquería que se llama "Sabor Marino" en dónde de cortesía me dieron el WhatsApp de la que atendía.
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	Si, probé una pizza hawaiana que fue más rico de lo que imaginaba.

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	No, lastimosamente paro trabajando.
06	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Si, una prima me recomendó ir al restaurante "k-frapps" a comer unas alitas a la BBQ.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Me llaman la atención esos anuncios donde muestran el paso a paso de sus preparaciones.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	No, hasta ahora nada me pareció interesante.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	En los únicos lugares que ví fue en la blanquita roja y en torettos.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Si, me impresionó mucho que restaurante torettos haga rebajas si es tu cumpleaños.
11	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Yo creo que sí, ya que al ir al restaurante pedir la comida que observamos en el anuncio no es como se mostraba tan cual, ni cómo se describía.

(Jaide Román Ríos)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p align="center"><u>GENERAL</u></p> <p>Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	Bueno, toretto he degustado costillas de cerdo al cilindro o al palo con guarniciones papa andina y ensalada.
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	Bueno también Toretos, Willo y Khefrappe.
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	Pues la verdad, no solo la atención en el restaurante Toretos son muy dedicada a la persona en ser muy serviciales y tratan en enamorar a los clientes y hacer que vuelvan a visitar y consumir.
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	Si, como Brasas Chicken cadena de pollerías, y si desatacan, ya que lo que mencionan no es un dicho, si no lo contrario

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Si, varias veces.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Si, como por ejemplos restaurante Ataleya, me lo recomendaron y vi su página por platos ricos y también la casa de Edgar recomendado por amigos y familia.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Extravagantes y con buenas presentaciones de platos.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	No, ninguno.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	En lima, más que todo, En Bagua también he visto como Brasas Chicken, resaltan su imagen de la fachada y llama la atención bastante.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	No, la verdad no he logrado observar ese tipo de publicidades aún.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	No, porque creo que hay muchos restaurantes, que hacen sus publicidades auténticas y a la hora de degustar son como la publicidad, a lo que voy es que sean auténticos con lo que muestren en este tipo de publicidades, y no sea puro marketing como lo hace KFC y las otras empresas iguales a esa.

(Fiorella del Rocío Díaz Angeldones)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p align="center"><u>GENERAL</u></p> <p>Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	Hasta el momento los únicos restaurantes que he podido observar así son: Toretos, Khefrappe y Tay- Shi.
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	Si lo pones así, solo mencionaría a Khefrappe, en mi casa es el único restaurante que he podido ver que muestre sus platos deliciosos y atractivos a la vez a través de sus redes sociales.
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	En Toretos siempre recibo una buena atención cada que los visito, en Tay-shi a veces esa atención le falta, pero creo que es más por la gente que llega, o sea que se llena rápido y satura a los meseros.
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	Por el momento solo en Khefrappe, sus anuncios que veo por redes sociales son iguales al ir a su local, a lo que me refiero es que sus productos no son solo marketing.

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Si, en muchas ocasiones me sucedió eso.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Si, mi pareja me recomendó visitar junto a ella Toretos por como es el local, los paraguas en el techo le dan ese toque representativo y los platos son deliciosos.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Me llama más la atención el cómo muestren los alimentos, o que simplemente estén preparando el platillo, si es video claro está, pero si es un anuncio estático seria la comida.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	Me enseñaron una publicidad de un local llamado la Casa de Edgar, la considero creativa por las promociones que anunciaba en sus redes sociales
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	He podido ver ese tipo de anuncio en redes sociales por parte de Khefrappe y de la Casa de Edgar.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Si, en Chiclayo he podido ver numerosos anuncios con ese tipo de estrategias, presentan su comida de una manera que te hace sentir más apetitosa al momento de visualizarla.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Si, yo opino que, si influye en gran parte la percepción de nosotros al visualizar la comida, lo que trato de decir es que la forma en cómo será presentada la comida ayuda a poder persuadirnos al momento de elegir un restaurante para comer.

(Claudia Valentina Altamirano Cueva)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua	
3. DATOS DEL TESISISTA	
.1	NOMBRES Y APELLIDOS José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO Pregrado
.2	
4. INSTRUMENTO EVALUADO	
Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()	
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	
<p align="center"><u>GENERAL</u></p> <p>Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca. 	
1	<p>¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?</p> <p>A los únicos restaurantes que he podido ir y poder decir que tienen esas características es a Toretos, Khefrappe y uno de Chiclayo que se llama Mapache Frio</p>
2	<p>¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?</p> <p>Se podría decir que las antes mencionadas, porque no visito muchos restaurantes.</p>
3	<p>¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?</p> <p>En el restaurante Toretos atienden muy amablemente, por lo menos cada que yo iba me iba satisfecha por la comida y por la atención.</p>
4	<p>¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?</p> <p>En Chiclayo y Bagua pude visitar esos tipos de restaurantes.</p>

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Si, en el caso de mi fue Mapache Frio, lo vi en Facebook su publicidad y me gusto su forma en como era presentado.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Mis primos me recomiendan varios restaurantes, tanto aquí como en Chiclayo, en Bagua me recomienda mucho la Casa de Edgar, y en Chiclayo me recomiendan visitar Tostao Café.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Me gusta el cómo son presentados, el fondo que ayude a resaltar la comida, y lo más importante, que se vea apetitosa tan solo con verlo.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	Bueno, una creativa fue la de Mapache Frio, donde se pudo ver como presentaba de manera creativa unos panqueques con helados.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	Por ahora solo he podido ver en la Casa de Edgar por imágenes que me pasan mis familiares, aparte que siempre dan promociones a un precio accesible.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Bueno me ha gustado la estrategia que utiliza la Casa de Edgar, porque hace promociones en todo lo que ofrece, y eso quieras o no llama la atención de la mayoría, el buscar lo cómodo y rico a la vez.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Si, en mi casa me gusta ver como el restaurante se esmere al momento de ofrecer o publicar los platillos que este ofrece, aún más si son en la forma en como son preparadas, teniendo un equilibrio constante de toda la publicidad.

(José Junior Huamán Izquierdo)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1 .2	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p align="center"><u>GENERAL</u> Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?	Me ha llamado la atención los anuncios y promociones de la Casa de Edgar y los de Khefrappe.
2	¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?	La Casa de Edgar y Khefrappe.
3	¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?	En Toretos, justamente que acabo de salir de allí, ya va a ser mi 5ta vez y sigo con las expectativas intactas, su atención y su comida son 10 de 10.
4	¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?	Si es por su apariencia y su sabor te puedo decir que sería Khefrappe y Toretos.

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Pues sí, un claro ejemplo es la Casa de Edgar, que decidí visitarlo junto a mi familia por sus anuncios y promociones.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	A mí me recomendaron la Casa de Edgar un primo mío, me lo compartió por WhatsApp el anuncio y opte por visitarlo.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Pues lo más principal, que sería la comida, porque el resto está para complementar y destacar el platillo principal.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	El de la Casa de Edgar y Khefrappe, ambos saben utilizar muy bien sus anuncios, porque cada que los veo en redes sociales me entran unas ganas de ir a comer en cualquiera de ellos.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	En Bagua solo he podido ver en la Casa de Edgar, en Khefrappe y en Chiclayo he podido solo ver Poppeyes y KFC.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Si, más que todo por saber usarlos adecuadamente, su presentación y el tener información breve pero concisa, que facilita el entendimiento al momento de visualizarla.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Yo opino que sí, los restaurantes son los que usan más estos tipos de cosas, el poder usarlos adecuadamente ayudara en gran medida a fomentar el crecimiento de visitas al propio local.

(Angelo Jeanfran Fernando Delgado Diaz)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua	
3. DATOS DEL TESISISTA	
.1	NOMBRES Y APELLIDOS José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO Pregrado
.2	
4. INSTRUMENTO EVALUADO	
Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()	
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	
<p align="center"><u>GENERAL</u> Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca. 	
1	<p>¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?</p> <p align="center">En Toretos y Khefrappe, no conozco muchos restaurantes, soy de salir poco a la calle.</p>
2	<p>¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?</p> <p align="center">Khefrappe, Tostao Café, Coffe Art y la Casa de Edgar por sus promociones.</p>
3	<p>¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?</p> <p align="center">Por ahora sí, acabo de experimentarlo, la atención que nos dan adentro de Toretos es muy gratificante tanto para mí como para mi familia.</p>
4	<p>¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?</p> <p align="center">Si, he podido comer en Khefrappe y en la Casa de Edgar, ahora que recuerdo, en Chiclayo pude visitar un restaurante selvático llamado Makisapa, su comida valía todo lo pagado.</p>

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Si, muchas veces me paso eso, veo algo que me llama la atención y quiero saber más.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Si, mayormente amigos del trabajo me recomiendan restaurantes donde ellos ya lo han visitado.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Me llaman la atención la comida, el cómo está siendo presentada.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	Recuerdo uno de Chiclayo, el local se llamaba Tostao café.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	En Tostao Café, es muy lindo sus locales y el cómo presentan su comida en redes sociales.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Si, Tostao café me gusta como presenta sus platos o bebida, el poder ver como lo preparan lo hace sentir más acogedor.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Si, te pondría de ejemplo a Tostao Café, tienen una ingeniosa presentación de sus productos, que te ayudan a familiarizarte en gran parte con ellos.

(José Isidro Huamán Saldaña)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua	
3. DATOS DEL TESISISTA	
.1	NOMBRES Y APELLIDOS José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO Pregrado
.2	
4. INSTRUMENTO EVALUADO	
Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()	
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	
GENERAL Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023	
ESPECÍFICOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca. 	
1	<p>¿Qué marcas de restaurantes le vienen a la mente cuando piensa en comida de alta calidad y presentación atractiva?</p> <p>No conozco tantos restaurantes, pero a los que si conozco con esas características es a Toretos y Khefrappe.</p>
2	<p>¿Puede mencionar algunos restaurantes que crea que son muy buenos en mostrar comida deliciosa y atractiva?</p> <p>Los anteriores ya mencionados se podría decir.</p>
3	<p>¿Ha tenido una buena experiencia reciente en un restaurante que le gustaría compartir?</p> <p>Si, en Toretos, su atención es muy buena la verdad, los mozos son muy atentos ni bien te ven entrar van y te preguntan amablemente que vas a pedir, claro que, si el local está lleno demoran un poco en atender, pero los modales siempre están presentes.</p>
4	<p>¿Ha tenido la oportunidad de probar platos en restaurantes que destacan por su apariencia y calidad de la comida?</p> <p>En Khefrappe sirven tu plato de una manera linda se podría decir, y al comerlos es otra sensación, no digo que sea mala, al contrario, las expectativas que te dan tan solo al momento de darte el plato se mantienen intactas hasta el último.</p>

5	¿Alguna vez ha decidido visitar un restaurante después de ver una foto de su comida en anuncios o en el menú?	Si, por medio de redes sociales fue que conocí a Khefrappe, por lo que estaba haciendo un sorteo por su aniversario, fue cuando fui por curiosidad y terminé encantando con todo.
6	¿Alguien le ha recomendado restaurantes con platos visualmente atractivos?	Si, mayormente amigos del trabajo me recomiendan restaurantes donde ellos ya lo han visitado.
7	¿Qué tipos de imágenes en los anuncios de restaurantes le llaman la atención?	Me llaman la atención la comida, el cómo está siendo presentada.
8	¿Recuerda alguna publicidad de restaurante que le haya parecido creativa o con una historia interesante?	Recuerdo uno de Chiclayo, el local se llamaba Tostao café.
9	¿En qué lugares ha visto anuncios de restaurantes que resaltan la apariencia de sus platos, como en redes sociales o en eventos?	En Tostao Café, es muy lindo sus locales y el cómo presentan su comida en redes sociales.
0	¿Alguna vez ha quedado impresionado por una estrategia de publicidad específica de un restaurante relacionada con la presentación de su comida?	Si, Tostao café me gusta como presenta sus platos o bebida, el poder ver como lo preparan lo hace sentir más acogedor.
1	¿Cree que la forma en que un restaurante comparte contenido en línea afecta su percepción sobre la calidad de su comida y su presentación?	Si, te pongo de ejemplo a Tostao Café, tienen una ingeniosa presentación de sus productos, que te ayudan a familiarizarte en gran parte con ellos.

(Jhordael Valladolid Rodríguez)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1 .2	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p align="center"><u>GENERAL</u> Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué elementos visuales en una fotografía de comida captan más su atención?	Los elementos visuales que captan más mi atención son las texturas que tenga el objeto, si es un plato de muchos elementos o ingredientes, creo que es muy importante considerar lo que se va a considerar, los colores y organización también, pero si llegamos a tocar en detalles técnicos hablaríamos del triángulo de exposición, el ISO, la obturación y diafragma.
2	¿Cómo percibe la disposición y organización de los elementos en la fotografía de comida?	Es muy importante porque en la fotografía no se ve como las fotos que se usan para estudios, o incluso de ambiente, mayormente la organización es triangular con jerarquía, es lo que yo te podría decir en los años que he podido tener junto a la fotografía.
3	¿Qué colores y formas en una fotografía de comida le resultan más atractivos?	Considero al rojo muy importante para la fotografía food styling por el tema de la psicología del color, que se aplica en este tipo de fotografías, tener en cuenta que, si la fotografía llega a tener muchos más colores resaltantes, llamara aún más la atención visualmente.
4	¿Qué opinión tiene sobre la importancia de la elección de la cámara en la fotografía de comida?	Es demasiado importante la elección de una buena cámara, si uno quiere enfocarse netamente en la fotografía deberías adquirir una Nikon, pero si quieres ingresar al mundo del video elige una Canon y Sonic siendo esta ultima la que recomiendo más que la Canon.

5	¿Cómo considera que la elección del objetivo y el sensor afecta la calidad de las fotografías de alimentos?	Mientras el sensor sea más grande y de mejor calidad te podrá sacar mejor resolución y calidad, y así con todos los diferentes objetivos como por ejemplos los angulares, los gran angulares que sirven para tomas más abiertas.
6	¿Qué configuraciones técnicas (diafragma, velocidad de obturador, ISO) considera cruciales para obtener imágenes impactantes de comida?	Considero importante a los 3, porque no se podría tomar una fotografía sin la otra, son indispensables en pocas palabras.
7	¿Cómo cree que la composición afecta la percepción de la calidad y atractivo de un plato en una fotografía?	La composición debe de ser organizada en todo tu encuadre, en como este organizada las cosas, el fondo, el ambiente, que todos los detalles se tomen en cuenta, si el plato es como más orgánico que el fondo tenga un toque natural, si el plato es una parrilla que el fondo tenga esa sensación de haber estado en la parrilla.
8	¿Qué piensa sobre el uso de técnicas de composición como el espacio negativo y la perspectiva en la fotografía de comida?	Normalmente el usar espacio negativo se usa bastante para la edición, para reconocer errores que tenga, y la perspectiva debe de ser como más experimental no conformarse con una toma, si no aplicar y usar muchos ángulos u perspectivas que favorezcan lo que uno quiere transmitir.
9	¿De qué manera cree que el balance de blancos y el enfoque influyen en la presentación de alimentos en una fotografía?	El balance de blanco ayuda a la edición; por ejemplo, si uno quema la fotografía olvídate que vas a tener texturas bien registradas en tu fotografía.
0	¿Cómo percibe la influencia de la luz y sombra en la presentación de la comida en una fotografía?	Influye bastante, porque no puedes tomar bien una foto si el plato no está bien iluminado, si quieres darle un ambiente de tensión debes de buscar la manera de aplicar esa sensación; por ejemplo, con la temática de Halloween, o el de navidad que vendría a tener más luz.
1	¿Considera que la incorporación de agua en las imágenes de comida puede realzar la presentación y atractivo visual?	Depende de que liquido se esté usando, lo que pasa es que distintos líquidos pueden hacerse pasar por agua, esos líquidos ayudan a mejorar y dar frescura a tu bebida o cualquier coctel que se quiera mantener el ese concepto.
2	¿Qué opinión tiene sobre la integración de elementos de la naturaleza en la composición de las fotografías de comida?	Los elementos naturales no solo son los que nos pueden ayudar a aplicar a la fotografía, se puede usar un mantel con patrones, un sombrero si se quiere tener la temática nortea, o un gorro de navidad para transmitir la temática navideña.

3	¿Cómo piensa que los símbolos culturales pueden ser representados en la fotografía de comida para resaltar la identidad de un restaurante?	Esta pregunta es muy buena, ya que es complicado responderla de una manera correcta, los temas culturales muchas veces tienen como un estilo propio que está ligado a algunos platos bandera; por ejemplo, un plato con temática norteña, agregaríamos un sombrero que está ligado a la parte norte de nuestro país.
4	¿Qué impacto cree que tienen los elementos humanos en las fotografías de comida en la percepción de autenticidad y conexión emocional con la marca del restaurante?	La experiencia es un factor clave para poder resaltar más la comida, te va a encantar más una comida donde veas como las personas lo están disfrutando, te anima en ir a experimentar esa misma sensación que tú mismo estás viendo.
5	¿Qué objetos adicionales considera relevantes para complementar la presentación de la comida en una fotografía y por qué?	Bueno, hay muchos objetos relevantes que se pueden usar para acompañar la composición que ayudan a complementar una fotografía, ya que en la composición de una fotografía se ve y se calcula cada detalle que se use en ella.
6	¿Cómo considera que la selección de colores influye en la percepción de los platos y en la promoción de la marca del restaurante?	La selección de colores obedece la misma teoría del color y psicología, pero llama más la atención el rojo, los colores resaltantes, comprobándose ya que el color como el rojo y el amarillo llama la atención de las personas, y en los platos se usa el mismo método, pequeños detalles de color que ayudan a potenciar la sensación que se desea desde el principio.
7	¿Qué elementos en una fotografía de comida captan su atención y por qué?	Yo diría que los patrones y la textura, porque me gusta ver bastante la textura de los objetos; por ejemplo, la textura de un pastel, que te transmita la suavidad a tal punto que te deje babeando por esta.
8	¿Cómo interpreta los elementos visuales y simbólicos en relación con la comida y la marca del restaurante?	Debemos tomar en cuenta los detalles, si llega a ser un restaurante de comida norteña, obviamente debe de haber detalles y elementos norteños que ayuden a evidenciar esa temática.
9	¿Qué opina sobre el papel del contexto en la interpretación de una fotografía de comida?	Muchas veces el plato busca contar una historia, busca adaptarse perfectamente a la identidad de la marca, he podido ver algunas fotografías donde colocaban una mesa muy rústica y al lado un cráneo de vaca, decorado al estilo del día de los muertos a lo mexicano, todo esto básicamente fue desarrollado para que el consumidor llega a sentir esa idea inicial.

0	¿Cómo cree que la intención del fotógrafo influye en la percepción de la marca del restaurante a través de la imagen?	A la hora de que la marca quiere darse a conocer tiene que contratar a un profesional que transmita el concepto claro que se necesita, cosa que un influencer no pueda darte inicialmente, la fotografía no solo se basa en la comida, si no el acompañar algo rico y exótico en un lugar agradable donde uno se siente seguro.
1	¿Qué perspectivas o ángulos de cámara considera más efectivos para resaltar los platos de un restaurante?	Considero que es muy importante el usar ángulos muy cerrados, si bien es cierto la experiencia es muy importante, creo yo que es más importante el mostrar los platos que tiene para ofrecer el restaurante.
2	¿Qué efectos de edición o postproducción considera pertinentes para realzar la presentación de la comida en una fotografía?	El resaltar los colores no siempre ayudara a resaltar un plato de comida, se puede dar diferentes estilos, escoger una buena iluminación, el jugar con el brillo, equilibrar los colores para que ninguno pelee por llamar más la atención, aplicando los ajustes que nos puede dar Lightroom y Photoshop, obviamente uno no nace aprendiendo, debería ir de a pocos con tutoriales que puedan encontrar.
3	¿Qué emociones o sensaciones espera que una fotografía de comida transmita a un cliente potencial?	Bueno, la sensación es clara, el transmitir esa sensación de hambre, o sea que al ver la fotografía se nos abra el apetito, sentir esa necesidad de ir a ese lugar donde esta esa fotografía, el querer compartir esa experiencia con las demás personas, todo es muy importante, emociones que más se buscan al momento de desarrollar este tipo de fotos.
4	¿Qué conocimientos o referencias culturales cree que pueden influir en la percepción de la comida y la marca en la imagen?	Es importante identificar y hacer un estudio en donde está ubicado tus consumidores, el entorno en donde la marca este posicionada; por ejemplo, si tu estas vendiendo helados en un lugar donde el frio es insoportable será difícil el vender de manera adecuada este producto, por eso sugiero siempre antes de crear un negocio el estudiar el entorno, buscar cual es la necesidad más grande y aprovechar esa situación para poder generar ventas.

(German Stheven Campos Diaz)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
.2	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p align="center"><u>GENERAL</u></p> <p>Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué elementos visuales en una fotografía de comida captan más su atención?	Por elementos visuales te refieres a las cosas extras que acompañan al producto principal, creo que sería la presentación al plato, los cubiertos que vienen con el plato en sí, aparte de no ser los cubiertos cosas adicionales que sé que vienen como el plato, creo que esos elementos son importantes a destacar no solo por la parte visual de la fotografía; por ejemplo las yo quiero ir a un lugar en donde me sirvan algo bueno no, si me dan una fotografía donde todo sea bonito pero al momento de ir al restaurante me la sirven como si nada o de cualquier forma eso me da una fea experiencia, de haber visto esa fotografía que bueno se ve todo bacán no, pero al final te dan otra cosa entonces considero que cada elemento que se muestra en una fotografía cuenta como una parte importante en los elementos visuales.
2	¿Cómo percibe la disposición y organización de los elementos en la fotografía de comida?	Y en el tema de composición y organización yo creo que es bastante importante también, porque si bien es cierto como mencioné anteriormente nuestro objetivo es el plato principal, es importante mostrar que sabemos que tenemos la capacidad de nosotros armar una composición que no solo cumple con el objetivo de atraer clientes sino dar a entender que somos personas profesionales o que son personas profesionales que saben cómo servir, saben cómo preparar, saben todo este proceso de una presentación buena para el plato.

3	<p>¿Qué colores y formas en una fotografía de comida le resultan más atractivos?</p>	<p>Creo que depende mucho de que comida sea, hoy es muy diferente el ir a una ir a un restaurante de platos marinos que, a uno de postres, los platos marinos vienen con muchos más ingredientes se ven muchos más colores, muchas texturas, muchas formas diferentes, todo lo contrario, a un postre, un postre a veces o normalmente es un poco más simétrico, tiene colores también pero no tanta variedad de ingredientes por separado como lo tiene un plato de comida marina.</p> <p>Para mí ambas maneras son atractivas si sabes cómo encontrar primero la razón de la fotografía claro que obviamente si tú buscas atraer a personas para comida marina tienes que buscar formas y colores más variados más vivos más atractivos, pero si tu buscas atraer clientes o personas que les gusten más los postres sutiles que combinen bien entre sí; aparte el ambiente es parte de esto, no podría decirte cuál es me resultan más atractivos porque ambos son atractivos y diferente en muchos aspectos en general.</p>
4	<p>¿Qué opinión tiene sobre la importancia de la elección de la cámara en la fotografía de comida?</p>	<p>Eh bueno no considero que la cámara sea un factor clave, creo que es más el lente porque es igual que en el caso anterior como mencioné, los platos que necesitan quizá un enfoque más general de cómo está conformado de cómo está servido; a otros que necesitan un enfoque más detallado para esto se utilizaría quizá un lente macro o de estos que quizá nos permitan tomar más de detalle el producto en sí, entonces es importante la elección del lente más no de la cámara, otras personas tienen gustos por la marca de la cámara, creo que es más importante la elección de la lente.</p>
5	<p>¿Cómo considera que la elección del objetivo y el sensor afecta la calidad de las fotografías de alimentos?</p>	<p>Creo que como mencioné anteriormente depende mucho del tipo de fotografía, de los alimentos que quieras mostrar hay algunos que vas a necesitar un objetivo y un sensor diferente por el tipo de fotografía, quizá quieras algo más detallado, si quieres algo más general o no sé ponerte un poco más creativo con las fotografías, esto depende ya de uno mismo o de cómo quieres presentar estas fotografías.</p>
6	<p>¿Qué configuraciones técnicas (diafragma, velocidad de obturador, ISO) considera cruciales para obtener imágenes impactantes de comida?</p>	<p>Me he podido informar de cómo hacer este tipo de fotografías en su momento dándome cuenta que la velocidad obturación no están relevante, creo que es más relevante tanto el ISO como el diafragma porque la velocidad de obturación obviamente se puede modificar según el movimiento y todo esto pero, al ser un plato de comida pues normalmente no tiene movimiento a menos que quizá estás esparciendo algo por encima o le estés echando algo, ahí probablemente sí es necesario el tener en cuenta la velocidad del obturador; sin embargo, creo que en la mayoría esto es estándar, depende bastante de la luz que tu tengas obviamente del fondo que tú desees.</p> <p>He visto que hay fotografías principalmente de postres que tienen un fondo un poco más blanco que se siente un poco más de luz como hay otros que se ponen un poco creativos y muestran un fondo negro y sobre el plato de comida este fondo no se ve nada más entonces creo que no podría dar una configuración exacta pero sí es necesario a veces el llevar un poquito más al límite o ponerse un poco más</p>

		experimentales con el ISO y con el obturador para poder conseguir las tomas que uno necesita.
7	¿Cómo cree que la composición afecta la percepción de la calidad y atractivo de un plato en una fotografía?	Creo que la composición no necesariamente afecta la calidad, pero sí al atractivo porque si tú muestras un producto te puede atraer clientes, ahora si tú muestras una composición para esta fotografía le pones productos atrás quizá de lo que está hecho quizá algunos insumos que usaste, los acompañamientos y todo esto obviamente va a traer más clientes porque tu fotografía se hace más atractiva, entonces yo creo que en eso afecta la composición, no tanto en la calidad, pero sin el atractivo.
8	¿Qué piensa sobre el uso de técnicas de composición como el espacio negativo y la perspectiva en la fotografía de comida?	Yo creo que las técnicas pues son buenas en toda fotografía, una técnica es buena pero claro depende del mensaje o de el objetivo de tu fotografía, así que no podría decir que me parecen que son malas, pero sí considero que son buenas dependiendo de qué quiero o porque estoy usando estas técnicas en la fotografía no, claro que para esto debes tener un buen uso y manejo, saber el por qué estás usando estas técnicas, el por qué no las debería usar en ciertas ocasiones.
9	¿De qué manera cree que el balance de blancos y el enfoque influyen en la presentación de alimentos en una fotografía?	Creo que el balance de blancos al igual que el enfoque son importantes porque como mencioné en la primera pregunta nuestro objetivo es mostrar nuestro plato principal, sobre todo cuando estamos trabajando con una composición, el enfoque obviamente debe ir sobre nuestro plato principal y dejar un poquito atrás los acompañamientos o el resto que influye en la composición, obviamente no desenfocarlo todo porque esto dañaría la presentación de la imagen, pero sí es bueno tener en cuenta un buen enfoque para nuestro producto principal, depende de cómo uno ha tomado la fotografía, eso ya es parte de una postproducción de una edición, bueno si la fotografía lo requiere pues está en editar el balance de blancos pero sí has usado tus equipos de iluminación y todo esto, probablemente no sea tan necesario.
0	¿Cómo percibe la influencia de la luz y sombra en la presentación de la comida en una fotografía?	Por lo que he visto de la luz, creo que es más importante en la fotografía porque normalmente cuando uno toma una fotografía a un plato o a lo que sea, esto genera una sombra muy fuerte esto afecta no solo al plato en sí sino a la composición en general, es por eso que lo recomendable es tener un buen ambiente de luz, tener rebotadores, tener paneles para para que se pueda manejar mejor esta parte, obviamente no va a desaparecer la sombra por completo pero sí es mejor el difuminarla un poco para que esto no ensucie nuestra foto o no la manche.

1	<p>¿Considera que la incorporación de agua en las imágenes de comida puede realzar la presentación y atractivo visual?</p>	<p>Bueno no sé si te refieres a agua como tal o a un líquido en sí, porque normalmente hay platos que vienen a veces con apañamiento con alguna salsa o cosas así que son líquidos espesos y en la fotografía a veces se usa el aceite en ese caso eh pues, yo considero que está bien; ahora si hablas de agua como tal pues esto también depende de que comida estemos hablando, porque si no hay una razón para que el agua esté ahí entonces naturalmente no debería estar ahí, considero que esa es la manera en la que se debería presentar pero si no tiene una razón de ser o por qué estar ahí no debería ir a menos que sea parte del plato o como mencioné si es que no te refieres al agua como tal y te refieres a un líquido pues eso ya es muy diferente.</p>
2	<p>¿Qué opinión tiene sobre la integración de elementos de la naturaleza en la composición de las fotografías de comida?</p>	<p>No es muy común creo yo, el ver que se usen elementos así en las fotografías pero, como ya he mencionado, depende de un contexto de por qué tengo que usarlos; o sea, es necesariamente indispensable el usar estos elementos o solo lo estoy poniendo porque considero que se ven bonitos, a partir de esta pregunta creo que viene ahí el uso de: si debo o no debo hacerlo, por qué si es cierto a veces se ve como que nuestros productos son frescos son naturales, a veces en la fotografía puedes decir no que esto no está bien, porque obviamente son productos que vienen de afuera que posteriormente pasan por un proceso de lavado y limpiado para que después vayan a ser estos procesados a una cocina entonces debes pensar bien ahí el por qué los estoy usando y por qué no los debo usar.</p>
3	<p>¿Cómo piensa que los símbolos culturales pueden ser representados en la fotografía de comida para resaltar la identidad de un restaurante?</p>	<p>No se me ocurre una manera de cómo integrar símbolos culturales en la fotografía de comida, quizá con pequeños elementos que acompañen el plato en sí, que no sean exagerados o grandes, no creo que sea la mejor manera, sí quizá tener un detalle en el fondo pequeños elementos que suelen ser grabados en los platos; es decir, en el elemento del plato no en el que se esté haciendo la comida o cositas así, pero otra manera la verdad no se me ocurriría.</p>
4	<p>¿Qué impacto cree que tienen los elementos humanos en las fotografías de comida en la percepción de autenticidad y conexión emocional con la marca del restaurante?</p>	<p>Yo creo que sí definitivamente es importante el impacto o si se genera impacto el usar personas en tus fotografías, pero no siempre ayuda, en el contexto de la percepción de autenticidad y la conexión emocional que tiene la marca del restaurante, pues obviamente sí está bien porque en un restaurante vas a un público abierto, vas a las personas que siempre van consumiendo comida, entonces ya tú ves que esas personas disfruten, pero si por ejemplo eres no sé una tienda y quizá estás solo promocionando el producto pues ahí obviamente solamente la fotografía del producto en sí ya no necesitarías el recurso humano.</p>

5	¿Qué objetos adicionales considera relevantes para complementar la presentación de la comida en una fotografía y por qué?	Yo creo que depende de la intención de la fotografía, no es lo mismo el presentar un helado en una copa y al lado no se con una cereza y al lado un par de cubiertos con una servilleta todo en un fondo neutral, así no es una fotografía de un helado pero no sé; por ejemplo, puedes presentar también un helado que es de fresa y tiene fresas en su copa, entonces creo que es importante mostrar las cosas con las que viene o las cosas con las que está preparada entonces depende de tu intención si tú quieres mostrar cómo está preparado, pues los objetos adicionales que puedes mostrar son los ingredientes o productos que se usaron para la elaboración de este.
6	¿Cómo considera que la selección de colores influye en la percepción de los platos y en la promoción de la marca del restaurante?	El creo que depende de la identidad de la marca, también muy aparte de los colores que ya como mencioné en la segunda o tercera pregunta se tendrían que tener en cuenta no dependiendo del plato de la comida que se está sirviendo, porque tienen que resaltar de diferente manera, pero ahora si tú también tienes por ejemplo un feed en Instagram donde muestra estos productos lo mejor a veces es el mantener una gama de colores dependiendo de la gama de colores de tu marca eso es bastante importante al momento de seleccionar los colores y de promocionar tu marca como restaurante.
7	¿Qué elementos en una fotografía de comida captan su atención y por qué?	Principalmente por así decirlo sería el plato principal en teoría es el que debería tener más protagonismo, el que estar mejor preparado, mejor servido, mejor adornado, más enfocado, con más luz, entre otras cositas que ya hemos que he mencionado en las anteriores preguntas así que creo que el elemento que más debería resaltar o que más me llama la atención es el plato principal.
8	¿Cómo interpreta los elementos visuales y simbólicos en relación con la comida y la marca del restaurante?	Es dependiendo del restaurante, si por ejemplo el restaurante tiene una temática o ya tiene una identidad bastante marcada, que las personas ya saben qué cosas son exclusivamente de esa marca, supongo que los elementos ya se verán reflejados en la marca en; quizá tienes los vasos ya estampados con el logo de tu marca eh no sé o los platos tienen grabados algo, quizá en el fondo debe no sé cosas que son muy llamativas de tu marca eso depende mucho ya de la marca o del restaurante.
9	¿Qué opina sobre el papel del contexto en la interpretación de una fotografía de comida?	El contexto es importante, no solo al momento de la interpretación sino, también al momento de generar la fotografía debes tener en cuenta el mensaje que tú quieres dar, el contexto que tienes y a partir de ahí hacer la fotografía para que posteriormente la interpretación también tenga mucho que ver con el contexto de lo misma.
10	¿Cómo cree que la intención del fotógrafo influye en la percepción de la marca del restaurante a través de la imagen?	Creo que esto va de la mano con la pregunta anterior, pues si ya tienes un contexto y tienes una idea ya la intención del fotógrafo viene a partir de esto, y si se dirige hacia el público con la intención de que entienda lo mismo, entonces va muy de la mano con la con la pregunta anterior sobre el contexto, la idea, la planificación, todo tiene una relación para llegar a

		un punto final que es la propia fotografía en sí.
1	¿Qué perspectivas o ángulos de cámara considera más efectivos para resaltar los platos de un restaurante?	Creo que las principales que he visto en lo que son planos y ángulos son principalmente el cenital, donde obviamente la cámara va desde arriba mostrando el plato, los ingredientes que tiene por encima quizá no son tan notorios al momento de hacerlo pues una fotografía normal es importante por los planos detalle, no tanto los contrapicado o cositas así porque no tiene sentido de mostrar el plato quizá desde un ángulo casi arriba o desde abajo porque pues no considero que sea lo mejor, si tuviera que elegir o decir algunas considero que son importantes el cenital, el detalle, entre otros, no pero creo que esas son las principales.
2	¿Qué efectos de edición o postproducción considera pertinentes para realzar la presentación de la comida en una fotografía?	En la postproducción principalmente la corrección de color siempre es importante porque normalmente los platos si tienen los colores vivos que uno desea pero a veces es necesario darle un empujoncito darle un poquito más de color, limpiar algunas zonas que quizás no queríamos que salgan, por ejemplo si se movió algo y manchó un poco el plato entonces esas cositas borrarlas, creo que principalmente esos son no, ya después el arreglar temas como el enfoque de la luz, si se mueve la cámara, el arreglar el encuadre un poco, la exposición, la temperatura, el contraste, cada cosa es importante desde recuperar una fotografía hasta el quizá el borrar imperfecciones, entre otras cosas, siendo cada parte importante para darle el toque final que uno necesita en la fotografía, ya depende de lo que lo quiera buscar.
3	¿Qué emociones o sensaciones espera que una fotografía de comida transmita a un cliente potencial?	El más importante es el apetito, el tener esas ganas de probar la comida, de disfrutar el sabor y todo eso creo que es el más relevante, claro que, si te vas un poquito más ya, no pensando en el consumo del producto, si no mostrando lo orgánico que se ve la limpieza de este en su producción y lo que hubo detrás de la fotografía.
4	¿Qué conocimientos o referencias culturales cree que pueden influir en la percepción de la comida y la marca en la imagen?	No creo que puedas siempre meter referencias culturales en las fotografías de comida, el conocimiento se va un poquito más alrededor de ello porque si tú conoces que ese plato es típico de un lugar o de otra cultura pues el que hace más fácil decir Ah esto es de tal lugar aprobado, esto es típico de tal lugar, es más fácil encontrar una referencia cultural en la fotografía como tal, influyen en la percepción de la comida y de la imagen, sí es que tu marca puedes decir yo ofrezco comida típica, por ejemplo nos vamos a otro país y encontramos un restaurante de comida peruana, entonces venden platos típicos de ese país, que un plato de ceviche se ponga una bandera de Perú o algo así en la fotografía es porque obviamente

		<p>el ceviche ya se tiene un conocimiento general de que es peruano, creo que es más por ese lado de conocimiento que a una referencia cultural, la manera en cómo influye la percepción.</p>
--	--	---

(Braulio Alonso Wong Nuñez)

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua		
3. DATOS DEL TESISISTA		
.1	NOMBRES Y APELLIDOS	José Omar Vega Izquierdo
	PROGRAMA DE POSTGRADO	Pregrado
.2		
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (X) Cuestionario () Lista de Cotejo () Ficha de resumen ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p align="center"><u>GENERAL</u></p> <p>Realizar una propuesta de fotografía food styling para la notoriedad de una marca de restaurante en Bagua – 2023</p> <p align="center"><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un estilo visual para que las fotografías reflejen la identidad de la marca y sea reconocible por los posibles clientes. - Perfeccionar las redes sociales del restaurante, difundiendo imágenes de food styling para atraer nuevos seguidores. - Generar interacciones en los usuarios a través de las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, etc, con el objetivo de divulgar la marca.
1	¿Qué elementos visuales en una fotografía de comida captan más su atención?	El color me parece uno de los que más me llamarían la atención y los que pues como consumidor me gustaría visualizar ya que es el elemento que más persuade sobre la calidad de un producto en cómo uno lo percibe.
2	¿Cómo percibe la disposición y organización de los elementos en la fotografía de comida?	Ah bueno, mientras más ordenado o tematizado este, creo que te hace intuir un poco la comida que se vende en la marca y también un poco por lo que quiere comunicar a través de la fotografía.
3	¿Qué colores y formas en una fotografía de comida le resultan más atractivos?	Ah bueno, los colores cálidos creo que son los que llamarían la atención, y con respecto a la forma serían bueno no hay formas exactas, pero aquellos productos que se vean más frescos dentro de la fotografía creo que son mucho más atractivos para el ojo humano.
4	¿Qué opinión tiene sobre la importancia de la elección de la cámara en la fotografía de comida?	Bueno, sí es verdad que la cámara no afecta tanto por el tema de la calidad o las resoluciones, pero en verdad no creo que tenga tanta relevancia dentro de las fotografías de comida.

5	¿Cómo considera que la elección del objetivo y el sensor afecta la calidad de las fotografías de alimentos?	Aquí sí cambiaría bastante ya que hay lentes que pueden trabajar de formato macro, o sea hay planos que son un poco más cerca del platillo o el producto que se vaya a fotografiar así que ahí sí hay bastante importancia, hay más relevancia en cuanto al lente en comparación a la cámara, el sensor también afecta un poco a la calidad ya que esto da un mejor calibre, y el equilibrio entre luces y sombras. Aunque esto se pueda solucionar en post producción.
6	¿Qué configuraciones técnicas (diafragma, velocidad de obturador, ISO) considera cruciales para obtener imágenes impactantes de comida?	Bueno, creo que lo más importante sería el diafragma ya que con esta vamos a jugar bastante con el enfoque, sea desenfocando o enfocando a los objetos.
7	¿Cómo cree que la composición afecta la percepción de la calidad y atractivo de un plato en una fotografía?	Afecta dependiendo de cómo sea el bodegón de la fotografía, si se presenta como productos relacionados o algún decorativo, puede ser una mesa bien ordenada creo que eso ayuda mucho también a partir de qué calidad tiene el producto y también en cuanto a cómo sería la forma, un poco más de acuerdo con la fotografía a tu intención, si bien es publicitaria o si viene a ser un poco más jugando con los ingredientes dentro de una composición.
8	¿Qué piensa sobre el uso de técnicas de composición como el espacio negativo y la perspectiva en la fotografía de comida?	Disculpa paso a la siguiente pregunta.
9	¿De qué manera cree que el balance de blancos y el enfoque influyen en la presentación de alimentos en una fotografía?	Bueno influye bastante, está comprobado que si una persona cuando ve una fotografía de algún producto o aplica el método en una temperatura fría, lo que normalmente lo va a relacionar con comida pues que está pasada o comida de mala calidad, porque el frío significa frialdad, entonces se nos va de acuerdo un poco con los productos ya que la mayoría de los alimentos se comen de forma caliente esa es mi opinión.
0	¿Cómo percibe la influencia de la luz y sombra en la presentación de la comida en una fotografía?	Es pues súper importante si jugamos bien la fotografía con las luces, con el esquema de luz que se tenga para el producto, incluso se puede cambiar totalmente la intención que se tiene para el producto, se puede cambiar mucho con el manejo de la luz, siendo más importante el tener un equipo fotográfico o la técnica que vayas a usar.
1	¿Considera que la incorporación de agua en las imágenes de comida puede realzar la presentación y atractivo visual?	Bueno el agua, bueno pasó creó, no entiendo del todo la pregunta en sí.

2	¿Qué opinión tiene sobre la integración de elementos de la naturaleza en la composición de las fotografías de comida?	Va a depender bastante de qué producto fotografías, porque hay algunos productos que no van relacionados, puede ser que las fotografías que no combinan con elementos naturales si llega a ser frituras, pero tal vez comida criolla que sea artista o comida tradicional ahí creo que sí conviene y ayuda y aporta un plus dentro de la fotografía.
3	¿Cómo piensa que los símbolos culturales pueden ser representados en la fotografía de comida para resaltar la identidad de un restaurante?	Con props, que son como elementos que se usan para fotografía publicitarias que estén relacionados con la cultura, pero también se puede incluir dentro de la fotografía de alimentos.
4	¿Qué impacto cree que tienen los elementos humanos en las fotografías de comida en la percepción de autenticidad y conexión emocional con la marca del restaurante?	Bueno la integridad de humano se refiere a incluir como acciones humanas dentro de la fotografía de productos, como personas comiendo de un platillo o tal vez en la composición que se viera como toma una porción de un pastel, esto ayuda mucho porque al consumidor le genera como lo identificación con el producto, lo hace más humano en la fotografía y es como que un llamado para que el consumidor haga lo mismo.
5	¿Qué objetos adicionales considera relevantes para complementar la presentación de la comida en una fotografía y por qué?	Tal vez dependa mucho del concepto de qué restaurante o qué marca vas a hacer la fotografía, el color de su producto también puede depender de qué comida es, los objetos adicionales, va a depender mucho también del concepto, así que no hay una respuesta exacta para esto.
6	¿Cómo considera que la selección de colores influye en la percepción de los platos y en la promoción de la marca del restaurante?	No necesariamente tienes que seguir la psicología del color; por ejemplo, que el color naranja influya mucho en el ser humano haciendo que provoque a la comida o que la o se le antoje más, pero sí tiene la fotografía que transmitir los valores o lo que quiere comunicar la marca.
7	¿Qué elementos en una fotografía de comida captan su atención y por qué?	Para mí sería el color que se vaya a usar porque hay veces que una fotografía puede estar o muy poco saturada, con una temperatura fría o muy saturada entonces siempre es como buscar el equilibrio en la fotografía.
8	¿Cómo interpreta los elementos visuales y simbólicos en relación con la comida y la marca del restaurante?	Bueno esto también la pasó, no la entiendo muy bien.

9	¿Qué opina sobre el papel del contexto en la interpretación de una fotografía de comida?	Se refiere acá con el lugar donde se fotografía, lo que se muestra de fondo, es muy importante porque tal vez tu producto es de un restaurante lo que te conviene es mostrarlo en el espacio de este; pero sí son productos, así como deliverys o productos que son consumidos en cualquier momento del día, va a tener que influir mucho lo que busques comunicar.
0	¿Cómo cree que la intención del fotógrafo influye en la percepción de la marca del restaurante a través de la imagen?	Es al revés, la percepción de la marca influye en el fotógrafo porque el fotógrafo debe adaptarse a lo que busca comunicar la marca y así traer resultados que vayan conforme a lo que transmite la marca, por ejemplo, sea una fotografía con la intención más de provocativa o una intención más emotiva.
1	¿Qué perspectivas o ángulos de cámara considera más efectivos para resaltar los platos de un restaurante?	Los ángulos que más ayudan en el rubro de restaurantes son los de picado, los cenitales y alguno que otro ángulo frontal que este va a ayudar mucho a ver el volumen del plato.
2	¿Qué efectos de edición o postproducción considera pertinentes para realzar la presentación de la comida en una fotografía?	Lo que es más se trabaja en alimentos son la iluminación que ayuda a la exposición de la fotografía ya que muchas veces los ambientes no ayudan mucho, cuando se hacen sesiones fotográficas se da retoques en la iluminación, pero lo más importante sería la parte cromática, aquí es donde se tiene que ver un poco más provocativo y donde los productos se van a tener que ver más real. Entonces el color es uno de los efectos de postproducción que más se debe de tomar en consideración.
3	¿Qué emociones o sensaciones espera que una fotografía de comida transmita a un cliente potencial?	Básicamente la provocación, el tentar a ser provocado a que adquiera el producto y que tenga que probarlo, ya que sus ojos ya están saboreándolo.
4	¿Qué conocimientos o referencias culturales cree que pueden influir en la percepción de la comida y la marca en la imagen?	En la comida influye bastante porque puedes jugar con los elementos, con los ángulos y el esquema de luz para transmitir ciertos ambientes que te lleven como a un aspecto más sobrio o cultural, pero siempre considerando el relacionar lo que busca comunicar y transmitir a sus potenciales clientes.

Anexo 06: Modelo De Autorización Para El Recojo De Información

MODELO DE AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Ciudad, BAEVA 10 de OCTUBRE de 2023

Quien suscribe:

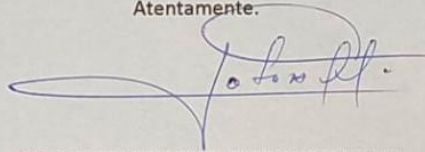
Sr.

Representante Legal – Empresa TORRETO'S 378 GRILL & ALGO MÁS

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación, denominado:

Por el presente, el que suscribe, señor (a, ita), JHONSON LEIVA C., representante legal de la empresa TORRETO'S 378, AUTORIZO al estudiante: JOSÉ OMAR VEGA IZQUIERDO identificado con DNI N° 72210235, estudiante de la Escuela Profesional de ADBE, y autor del trabajo de investigación denominado, al uso de dicha información que conforma el expediente técnico así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis de PREGRADO, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.



Nombre y Apellidos: DNI N° Cargo de la empresa:

JHONSON JHONATAN LEIVA CHIROPUE
DNI: 70083494
GERENTE GENERAL

Anexo 07: Fotografías Food Styling – Resultado Final





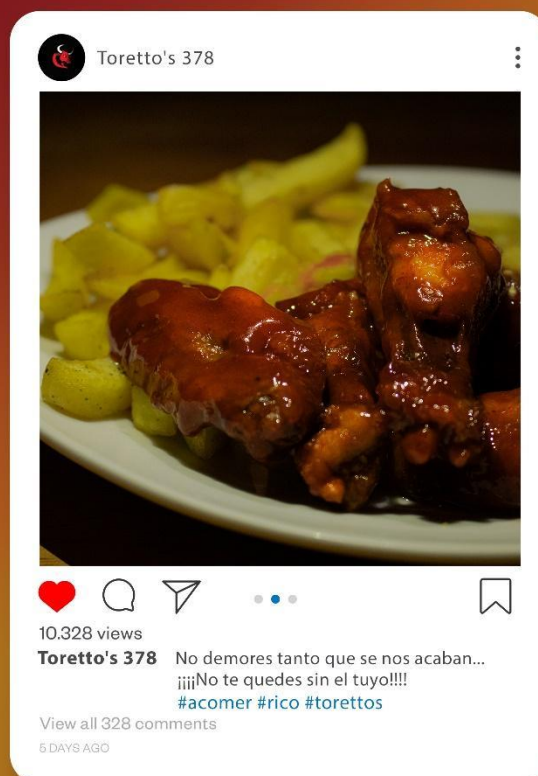








Anexo 08: Publicaciones para Instagram





Toretto's 378



10,328 views

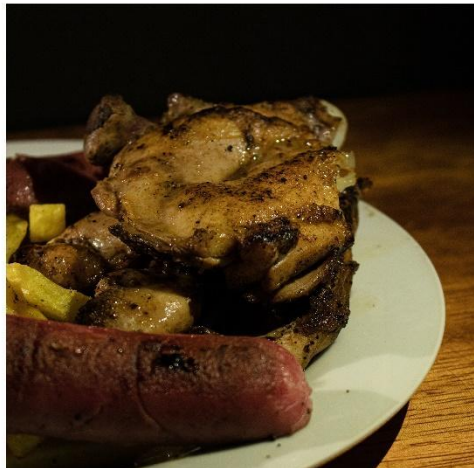
Toretto's 378 No demores tanto que se nos acaban...
¡¡¡¡No te quedes sin el tuyo!!!!
[#acomer](#) [#rico](#) [#toretos](#)

[View all 328 comments](#)

6 DAYS AGO



Toretto's 378



10,328 views

Toretto's 378 No demores tanto que se nos acaban...
¡¡¡¡No te quedes sin el tuyo!!!!
[#acomer](#) [#rico](#) [#toretos](#)

[View all 328 comments](#)

6 DAYS AGO



Toretto's 378



10,328 views

Toretto's 378 No demores tanto que se nos acaban...
¡¡¡¡No te quedes sin el tuyo!!!!
[#acomer](#) [#rico](#) [#toretos](#)

[View all 328 comments](#)

5 DAYS AGO

Anexos 10: Personas Siendo entrevistadas

