

RIF: J 30647247-9



Universidad  
Monteávila

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DESARROLLO DE “BOCA A BOCA” GUÍA GASTRONÓMICA WEB DEDICADA A  
LA COMIDA INFORMAL EN CARACAS

Autores:  
Duarte Prato, Jennifer Karina

Profesor coordinador:  
De Santis Amatto, Carlos Enrique

Caracas, 7 de marzo de 2016

## APROBACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe CARLOS ENRIQUE DE SANTIS AMATTO, Tutor del Trabajo de Grado, *Desarrollo de "Boca a Boca" guía gastronómica web dedicada a la comida informal en Caracas*, elaborado por *Jennifer Karina Duarte Prato*, considera que el mismo reúne los requisitos exigidos por la Universidad Monteávila, y tiene méritos suficientes para ser sometido a la presentación y evaluación por parte del jurado examinador que sea designado.

En la ciudad de Caracas, a los 07 días del mes de marzo de 2016

Nombre: \_\_\_\_\_

(Firma) \_\_\_\_\_

Tutor

## Agradecimientos

A mis padres, por darme la oportunidad de estudiar en la universidad que quería y dejar que mis amigos pasaran tantas noches de estudio en casa.

A mis hermanos, por ser un modelo a seguir a pesar de las distancias.

A mis amigos, por haberse desvelado tantas noches estudiando a mi lado y darme apoyo para no rendirme.

A la Universidad Monteávila, por aceptarme en su recinto y darme una educación de nivel

A Antonio Hernández, por ser mi apoyo durante todo este proyecto, acompañarme a tantos lugares y nunca quejarse ni abandonarme.

A Cristian Cárdenas, por crearme un logo hermoso y no odiarme cada vez que le decía “necesito...”

A Carlos De Santis, el mejor tutor del mundo, que aceptó mi proyecto cuando solo era un sueño, confió en mí y nos adoptó a ambos con todo cariño.

## Índice

1. Resumen .....	5
2. Presentación del proyecto .....	6
3. Estrategia .....	8
• Investigación de campo.	
• Planificación.	
• Procedimiento.	
4. Propuesta .....	10
• Aspecto editorial.	
• Contenido de la página.	
• Plataforma web.	
• Sitemap.	
• Conceptualización del logotipo.	
• Maquetación del proyecto.	
• Aspectos gráficos.	
• Planificación estratégica.	
5. Conclusiones .....	29
6. Recomendaciones.....	30
7. Referencias .....	31
8. Anexos .....	32

## 1. Resumen

La idea de realizar una guía gastronómica web dedicada a la comida informal de Caracas como proyecto final de carrera, nace de una conversación acerca de las aspiraciones. Unos querían ser grandes publicistas, otros los más famosos fotógrafos, yo, periodista gastronómica.

En Venezuela está creciendo a pasos agigantados el tema gastronómico, cada día más personas buscan en sus navegadores buenos lugares para comer en Caracas. Luego de una investigación era obvio que una guía gastronómica común no podría competir, se necesitaba un elemento diferenciador.

Así nace Boca a Boca, la primera guía gastronómica dedicada a la comida informal de Caracas. Buscando relajar de forma distinta un aspecto de la cultura del joven venezolano que suele presentarse en forma documental.

El nombre del proyecto, Boca a Boca, hace referencia a la forma como se suelen conocer los puestos de comida en la ciudad capitalina, las personas cuentan sus experiencias de haber comido gratamente y seguido a eso viene la recomendación e invitación a conocer dicho lugar.

Este proyecto es un conglomerado de las ramas de la comunicación social: el periodismo, la comunicación web, el diseño gráfico, el diseño de nuevos medios de comunicación que buscan realzar el talento nacional; esto sumado a una gran pasión por la gastronomía.

Así pues, Boca a Boca es una guía gastronómica virtual dedicada a la comida informal de Caracas. En ella se encuentran reseñas de experiencias personales como comensal, fotografías, datos de la ubicación, rango de precios y una pequeña barra de valoración de cada uno de los locales seleccionados para aparecer en este primer piloto de la página web.

## 2. Presentación del proyecto

El proyecto *Boca a Boca* consiste en la elaboración de una guía gastronómica virtual de comida informal en Caracas. Entendiendo por comida informal todos aquellos puestos de comida ubicados en las calles de la ciudad capitalina.

Con este proyecto se busca facilitar a los comensales una experiencia completa de búsqueda, en la cual el usuario cuente con un fácil acceso a recomendaciones de carritos de comida, fotos, rangos de precios, ubicación y valoración de cada uno de ellos. La finalidad de la página web es brindar a los jóvenes caraqueños información de calidad acerca de los distintos lugares para comer en Caracas.

Según los datos presentados por la encuestadora Datanálisis en el artículo *Solo el 2,6% ahorran los jóvenes en Venezuela* publicado por Notilogía.com en febrero 2016, los jóvenes venezolanos entre 18 y 23 años de edad dedican el 62,4% de sus ingresos a su alimentación, cuidado personal y salud, dejando solo un 4,6% para su recreación y apenas un 2,6% de capacidad de ahorro.

La página gastronómica Degustavenezuela.com presenta datos de que los restaurantes capitalinos tienen un costo promedio de seis mil (6.000) bolívares por persona, lo que representa el 51,82% del sueldo mínimo en Venezuela que actualmente se encuentra en 11.578 bolívares. Por esta razón, los jóvenes han migrado a la comida informal, cuyo costo es más accesible.

Existe un gran número de páginas web dedicadas a la gastronomía capitalina, entre ellas la versión web de la Vía Michelin, MiroPopic, Degusta Venezuela, Guía Prestigio, Tu red gourmet, La guía de Caracas y Sabor capitalino; por mencionar solo algunas. Sin embargo, ninguna de ellas está orientada a la comida informal. Los carritos de comida son parte importante de la cultura del joven venezolano, por eso Boca a Boca busca aprovechar esta oportunidad de atacar este nicho.

Este proyecto es del tipo diseño de medios, pues mediante la plataforma Wixse muestra una vista previa de cómo quedará la página web si llegara a realizarse en algún momento. Se escogió la modalidad virtual para tener una mayor recepción del

público joven, de manera que puedan acceder fácil y rápido desde sus teléfonos inteligentes, tabletas o computadoras sin importar en qué lugar se encuentren. Actualmente Boca a Boca se presenta únicamente en plataforma web, sin embargo, si el proyecto llegara a realizarse estarían disponibles sus versiones móviles, en redes sociales y en formato app, para complementar la experiencia de búsqueda del usuario y darle un abanico de posibilidades para visitar el site.

Según datos ofrecidos por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) publicados en el diario Últimas Noticias en junio 2015, Venezuela cuenta con casi doce millones de usuarios de telefonía inteligente. Por esta razón se ha seleccionado la modalidad web para el proyecto Boca a Boca, de esta manera se busca obtener una mayor receptividad del público joven. Además, un artículo publicado en abril del 2014 por [www.globovision.com](http://www.globovision.com) asegura que el ser humano promedio ve su celular unas 200 veces al día.

El proyecto Boca a Boca surge de la necesidad de complementar el mercado de las guías gastronómicas en Caracas, ya que actualmente no existe ninguna guía en Venezuela dedicada a la comida informal. El tema gastronómico tiene cada vez más seguidores en nuestro país, sin embargo, no existe una variedad de opciones que el usuario pueda disfrutar, las guías publicadas son monótonas y basadas completamente en restaurantes, casi siempre de alto costo.

Esta guía gastronómica responde a los hábitos alimenticios del joven venezolano, que busca disfrutar de su ciudad sin gastar una gran cantidad de dinero. Boca a Boca facilita a sus usuarios la oportunidad de conocer una gran variedad de puestos de comida para otorgarle una forma distinta de comer, lejos de los restaurantes y las cadenas de comida.

### 3. Estrategia

El proyecto Boca a Boca está realizado bajo la estructura oportunidad/ estrategia/ solución.No existen en Caracas guías gastronómicas dedicadas a la comida informal, por lo tanto, la oportunidad está vista. Al existir este vacío se tiene la oportunidad de ser pioneros en el ámbito de la comida informal y sembrar un precedente para futuros proyectos que deseen agregarse a esta tendencia mundial que ya está llegando a Venezuela. Para la realización del proyecto se llevó a cabo la siguiente estrategia:

**Investigación de campo:** se estableció una estrategia para identificar los puestos de comida informal en Caracas que serían seleccionados para el proyecto piloto bocaboca.com

- a) Se realizó un cronograma de 10 días, en el que propuso visitar un puesto de comida cada día.
- b) Se visitó cada uno de los locales seleccionados, se realizó una degustación y documentación fotográfica y en algunos casos se hizo una entrevista al encargado o dueño del carrito de comida. (No fue posible realizar la entrevista en todos los locales porque algunos encargados se negaron a dar información).
- c) Se construyó una base de datos digital organizada por tipos de comida.
- d) Se escribió una reseña basada en la experiencia como cliente de cada uno de los locales,tomando en cuenta el sabor, ubicación, facilidad de pago, rango de precios y servicio de estacionamiento.
- e) Se complementó con las fotografías tomadas personalmente a cada uno de los platos de comida y algunos locales.
- f) Se realizó una tabla de calificaciones de 0 a 5, tomando como referencia el formato de las estrellas Michelin.

## **Planificación:**

- a) Se realizó el boceto en papel a blanco y negro de la vista previa de la página web.
- b) Se efectuó una reunión con el diseñador gráfico Cristian Cárdenas, quien colaboró y asesoró de cerca toda la línea creativa y visual del proyecto. En dicho encuentro se seleccionó la paleta de colores cálidos, ya que son los más adecuados para el área gastronómica, se planificó el logo y se realizó un boceto en papel de cómo quedaría la página web con los colores seleccionados.
- c) Posteriormente Cristian Cárdenas procedió a la realización del logo utilizando los programas Illustrator y Photoshop.

## **Procedimiento:**

- a) Se utilizó la plataforma Wix para el montaje de la página web. Se seleccionó una plantilla predeterminada de esta plataforma y se modificó con los parámetros acordados con el diseñador.
- b) Se realizaron cuatro pestañas en la página web: inicio, nosotros, carritos y contacto, respectivamente. Primero se diseñó la página principal (Inicio) con las fotografías tomadas en la investigación de campo y otras obtenidas de la web. Luego se realizó la pestaña Carritos, que cuenta con las reseñas y las fotografías de los locales preseleccionados, la valoración, la ubicación y el rango de precios obtenidos en la investigación de campo. Seguidamente se diseñó la pestaña Nosotros, que hace una breve descripción del proyecto. Finalmente se realizó la parte de Contacto, que muestra teléfonos y direcciones de correo electrónico ficticios, junto con un mapa del lugar también irreal, solo para que se pueda observar cómo quedaría esa parte de la página si el proyecto llegara a realizarse.
- c) Nuevamente se convocó una reunión con el diseñador Cristian Cárdenas y el tutor del proyecto Carlos De Santis para realizar la muestra del funcionamiento de la página y la aprobación de la parte creativa tomando en cuenta la paleta de colores preseleccionada.

#### 4. Propuesta

En el artículo *Definiendo periodismo gastronómico*, escrito por Frederick Jiménez y publicado por Aquetesabe.com en mayo del 2012, se presenta una definición asertiva de lo que entendemos por periodismo gastronómico:

El Periodismo Gastronómico es una actividad que trabaja la información enmarcada en una especialidad, la gastronomía en este caso, que es el estudio del conocimiento y actividades sobre la comida y el comer (se incluye el beber), con una periodicidad constante, y que no sólo toma en cuenta lo actual, sino, busca divulgar una información por la valoración y lo oportuno en un momento dado, amoldándose a un interés social práctico.

En esta instancia podemos enmarcar el proyecto Boca a Boca dentro del periodismo gastronómico, pues busca más que mostrar lo novedoso y lo de moda, y apunta más dar a conocer lo que siempre ha existido pero nadie se ha tomado el trabajo de mostrar, la comida informal en Caracas.

Para mantener el enfoque periodístico el proyecto se presenta en formato de reseñas, pero en vista de los avances de las nuevas tecnologías se ha seleccionado una versión digital para mayor comodidad del consumidor.

#### **Aspecto Editorial**

El contenido de Boca a Boca debe ser abordado de forma jovial y coloquial para captar la atención del público joven al que va dirigido. Sus reseñas deben ser redactadas con un lenguaje llano y persona que conecte con el lector, su extensión debe ser de máximo tres párrafos cortos ya que está destinado al formato digital, debe ser directo, conciso y simple.

En cuanto a la línea fotográfica, debe seguirse la tendencia de contenido digital del momento. Actualmente Boca a Boca sigue la tendencia de la red social Instagram, cuyas fotografías muestran los platos de comida en un plato detalle en

un ángulo recto visto desde arriba para mostrar la perspectiva del comensal y de esa forma provocar al lector e invitarlo a disfrutar del plato presentado.

### **Contenido de la página**

Boca a Boca busca ofrecer siempre información de calidad, por lo que se realizaron ocho reseñas de la experiencia personal como cliente de diferentes locales de comida informal:

a) Saurio Hamburguer& Hot Dog:

Lo llaman “*El Perrero Gourmet*” y puedes encontrarlo frente a la Torre CAF de Altamira. Su carrito está ahí desde hace 45 años, pero solo es gourmet desde hace tres. Puedes disfrutar de sus deliciosos perros y hamburguesas, con sus maravillosas salsas de melocotón, camarón, champiñón y muchos otros sabores hechos artesanalmente. Además el *Perrero Gourmet* hace sus propias carnes de hamburguesa, pues le gusta que todo sea lo más casero posible.

Sus precios varían entre 900 y 1600 Bs pues solo vende perros con salchichas polaca, frankfurt, alemana y winner. Algunos días tiene punto de venta.

Ubicación: Av. Luis Roche (Principal de Altamira) con Transversal 1. Frente a la torre CAF.

b) Filipino:

El perrero más famoso de Caracas. A pesar de que su dueño original ya no está con nosotros, su hijo Antonio decidió mantener la tradición, y puedes encontrarlo en su lugar de costumbre a un lado de la Plaza Francia de Altamira. Filipino, su dueño original, montó su carrito hace 62 años y desde entonces se ha convertido en un punto tan popular que lo declararon patrimonio nacional en 2002.

Con un menú entre 200 y 600 Bs, puedes disfrutar de unos deliciosos perros y hamburguesas tradicionales hechas con la receta original de Filipino, pues su hijo busca siempre mantener la calidad y la tradición de este querido personaje.

c) Pancho Villa:

La mejor comida mexicana de Caracas la encuentras en el C.C Caurimare, con una tradición de excelencia desde 1974, Pancho Villa se ha convertido en unos de los carros de comida más visitados de la ciudad capital. Sus tostadas de carne y

sus deliciosos burritos son un delirio para quienes somos fanáticos de este estilo de comida, su salsa blanca casera es el toque perfecto para cualquiera de sus platos y si te provoca un postrecito... puedes disfrutar de unas ricas obleas.

Sus precios varían entre los 250 Bs los platos simples y los 950 Bs los platos grandes, *combotes*, como ellos los llaman. Puedes visitarlos a partir de las 4:00 de la tarde y seguirlos en su Instagram @PANCHOVILLACCS

Ubicación: Avenida Principal de Caurimare, Centro Comercial Caurimare. Debajo de Burguer King.

d) El Toque Zuliano:

Ubicado desde 2012 al principio de la subida de Los Naranjos, es uno de los mejores lugares de Caracas donde podemos degustar comida típica zuliana, su dueño dice que es “la mejor de todo el mundo” y ciertamente su patacón de carne mechada y sus tequeños de plátano y queso son un espectáculo.

Para disfrutar de su deliciosa comida necesitas un aproximado entre 1.000 y 1.500 Bs. Pero no te preocupes, su punto de venta está activo y aceptan tarjetas de crédito. Puedes visitarlos en su Instagram y Twitter @ELTOQUEZULIANO

Ubicación: Carretera el Hatillo. (Comenzando la subida de Los Naranjos)

e) Maracaibo Bistró:

“Un pedacito de Maracaibo en Caracas” así se describen a sí mismos, y sus platos nos dicen lo contrario, sus patacones bien resueltos y sus hamburguesas mollejúas y llenas de sabor son lo más maracuco del Hatillo. Ubicados al lado del estacionamiento público desde hace siete años, Maracaibo Bistró es uno de los lugares más populares de la ciudad.

Pero no solo venden comida típica maracucha, también hacen unas hamburguesas y unas arepas para chuparse los dedos. Necesitas un presupuesto de aproximadamente 1.500 Bs por persona, pero su punto de venta está disponible para ti. Encuéntralos también en su Instagram @MARACAIBOBISTRO, en su Twitter y en su Facebook como Maracaibo Bistró.

Ubicación: Calle Miranda con calle 2 de mayo, El Hatillo. Al lado del estacionamiento público del pueblo del Hatillo.

f) La calle del hambre:

Una de las calles más famosas de Caracas, la Avenida San Sebastián de La Trinidad, al menos diez negocios de una variedad de perros calientes, hamburguesas y parrillas. Uno de los más visitados por sus deliciosos pepitos es PepiFran'sLuch, donde puedes disfrutar de un menú variado que van desde los clásicos perros calientes, hasta parrillas mixtas para compartir. Para mí, lo mejor de la calle del hambre.

Ubicación: Avenida San Sebastián. La Trinidad.

g) La esquina del sabor:

El perrero preferido de los treintañeros y los amantes de los carros modificados, es famoso desde hace más de 15 años por ser el punto de encuentro los miércoles en la noche. Su personal es el más atento y divertido de todos, te preparan las hamburguesas a tu gusto mientras echan chistes y fastidian a los clientes más frecuentes. Definitivamente están tan llenos de sabor como su comida.

Ubicación: Avenida Jalisco con calle California, Las Mercedes. Frente a la bomba PDV (antigua Texaco).

h) El Chichero de Boleíta:

Una chicha espesa, llena de sabor y bien fría, un poco menos dulce de lo usual, pero con un sabor intenso y espectacular. Puedes agregarle canela, chocolate en polvo, leche condensada y chispitas de colores. A pesar de la poca simpatía del chichero, el producto es sencillamente delicioso. Sus precios varían entre 160 la chicha pequeña y 450 la más grande (tamaño arroz chino).

Ubicación: Avenida Las Palmas con calle del Río, Boleíta Sur. (Bajando por la piñatería La Gitana, justo antes del cruce para bajar a los cortijos).

## **Plataforma web**

El proyecto Boca a Boca está presentado de forma digital para abarcar un mayor territorio con una inversión menor, inicialmente está diseñado en la versión gratuita de la plataforma Wix, cuya finalidad es realización de páginas web. Se escogió esta plataforma por su sencillez de formatos y su facilidad de manejo para quienes no son programadores profesionales, por lo que fue recomendada por el

profesor Willmar Tarazona en la electiva Periodismo Digital de V año de Comunicación Social de la Universidad Monteávila.

Boca a Boca consta con una página principal (Inicio) que a primera vista muestra una foto del Ávila para ubicar al usuario y darle sentido de pertenencia con su ciudad, luego cuenta una galería fotográfica móvil de los platos de comida informal que fueron tomadas personalmente en la investigación de campo. En la parte superior izquierda se encuentra el logo de Boca a Boca, y la esquina superior derecha la barra de menú principal de la página. En la parte inferior se encuentra el pie de página que cuenta con la dirección de la empresa y los botones para acceder a las redes sociales.

Al hacer clic en una de las fotos se abre automáticamente la pestaña “Carritos”, cuyo nombre se encuentra claramente identificado sobre un mosaico de cuadros blancos y rojos que hacen referencia a un mantel de picnic. Aquí el usuario puede acceder a las reseñas de cada uno de los locales de comida con sus respectivas fotografías, cuadro de valoración, ubicación y rango de precios.

Boca a Boca cuenta también con una sección de “Nosotros”, que refleja una breve descripción de lo que es Boca a Boca para que el usuario pueda familiarizarse y conocer un poco más el proyecto. Igualmente se encuentra presentado en un formato sencillo, con su título visible e identificado con la referencia del mantel de picnic.

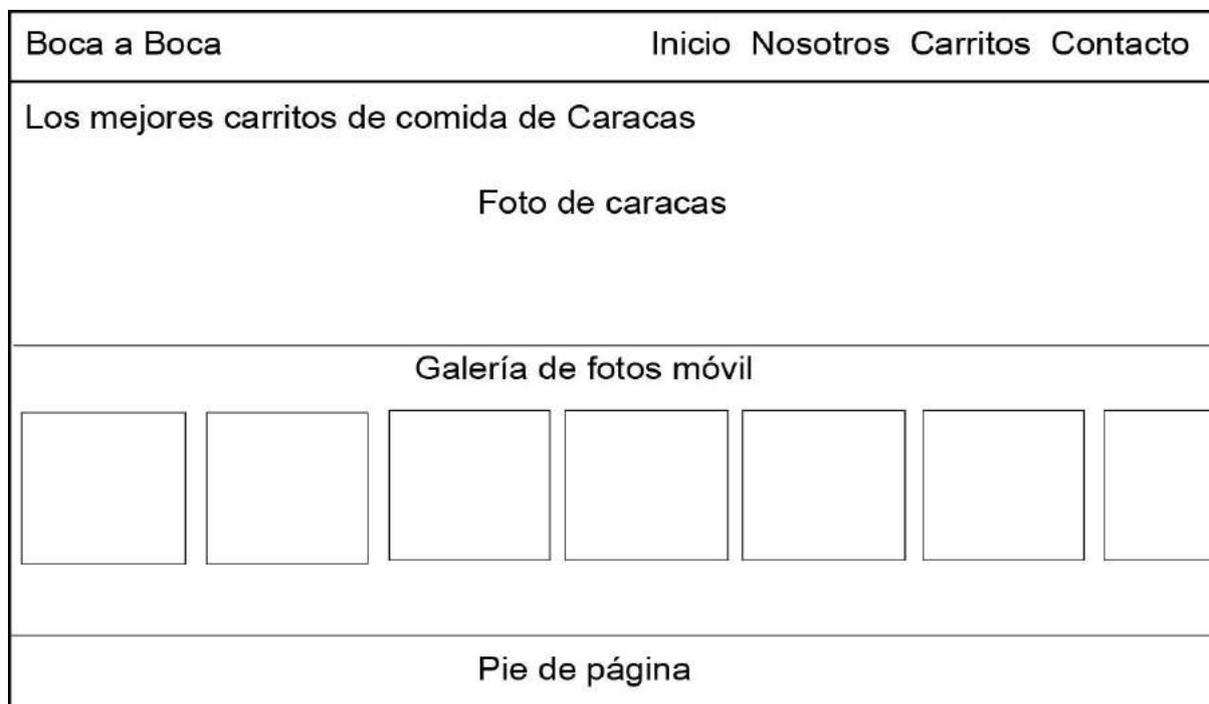
Finalmente la pestaña de “Contacto” entrega al usuario la posibilidad de encontrar la información pertinente para comunicarse con la empresa mediante números telefónicos, direcciones de correo electrónico, mapa de ubicación y un cuadro de mensajes directos para quienes deseen hacer una recomendación, crítica o enviar su currículum y sumarse al personal.

En todas las secciones de la página web se mantiene fijo el logo, la barra de menú principal y el pie de página.

## Sitemap

A continuación se presenta un mapa gráfico realizado con el programa de diseño Illustrator que muestra a grandes rasgos la organización del contenido en la página web del proyecto Boca a Boca.

Inicio



## Nosotros

Boca a Boca	Inicio Nosotros Carritos Contacto
<h1>Nosotros</h1>	fondo (mantel picnic)
Descripcion de qué es Boca a Boca y su motivación.	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Logo</div>	
Pie de página	

## Carritos

Boca a Boca	Inicio Nosotros Carritos Contacto
<h1>Carritos</h1>	fondo (mantel picnic)
Nombre del local	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Foto</div>	
<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"><h2>Reseña y valoración</h2></div>	
Pie de página	

## Contacto



### Conceptualización del logotipo

El logotipo del proyecto Boca a Boca fue realizado por el diseñador gráfico Cristian Cárdenas, utilizando programas especializados como Illustrator y Photoshop. Con este logotipo se busca reflejar la sencillez de la comida informal, por lo que se utilizó una tipografía sans serif lo más lineal posible.

Se utilizaron colores cálidos ya que son los más adecuados para el área gastronómica, sus letras rojas llaman la atención del público joven por lo vibrante del color, se colocó un borde blanco para hacer resaltar con mayor fuerza el nombre y finalmente, un fondo gris para agregarle el toque rústico, además de ser un recordatorio del material metálico que se utiliza comúnmente en la construcción de los carritos de comida.

En el centro se encuentra un tenedor que sostiene una salchicha para representar a los puestos de perros calientes, que son los más comunes, pero también aquella comida informal que puede comerse con cubiertos.



Los colores utilizados fueron:

Pantone 485 C	(CMYK 0 95 100 0)	(RGB 216 30 5)
Pantone 7628 C	(CMYK 8 93 78 33)	(RGB 158 42 43)
Pantone 425 C	(CMYK 0 0 0 77)	(RGB 96 96 91)
Pantone 1595 C	(CMYK 0 59 100 5)	(RGB 209 91 5)
Pantone 1665 C	(CMYK 0 68 100 0)	(RGB 221 79 5)

La página de Boca a Boca pretende un diseño simple y minimalista que se acople con la tendencia actual del mercado de las guías gastronómicas virtuales, además busca que el usuario pueda disfrutar de una experiencia de navegación rápida y simple, sin distracciones y cómoda a la vista para lograr una mayor duración en línea.

### **Maquetación del proyecto**

Para la elaboración de la página web se utilizó un diseño minimalista que va acorde con las tendencias actuales de las guías gastronómicas presentadas en plataforma digital. Se busca que todo, desde su imagen hasta su contenido, sea lo más sencillo posible.

En la página principal se encuentra una fotografía de Caracas para crear identidad con el público capitalino, la información resaltada en un color vivo busca llamar la atención del lector y hacerle una invitación a ahondar más en sitio web.

La galería móvil genera interés visual y evita el aburrimiento del lector, está basada en la regla del periodismo digital de la utilización de contenido multimedia para darle mayor interés al contenido que se presenta.

En las pestañas secundarias se utiliza la referencia del mantel de picnic para quitarle formalidad al contenido y dar a entender que lo presentado no son restaurantes convencionales, sino locales informales.

Se utilizan tipografías, diseño y contraste de colores básicos y sencillos para mantener el tema minimalista y evitar el cansancio del lector.

## Inicio

**BOCA A BOCA**

[Inicio](#) | [Nosotros](#) | [Carritos](#) | [Contacto](#)

[Crea un sitio WIX](#)

# Los mejores carritos de comida en Caracas

Conoce los mejores lugares para comer en las calles capitalinas

Conéctate con nosotros a través de [#bocaboca](#)

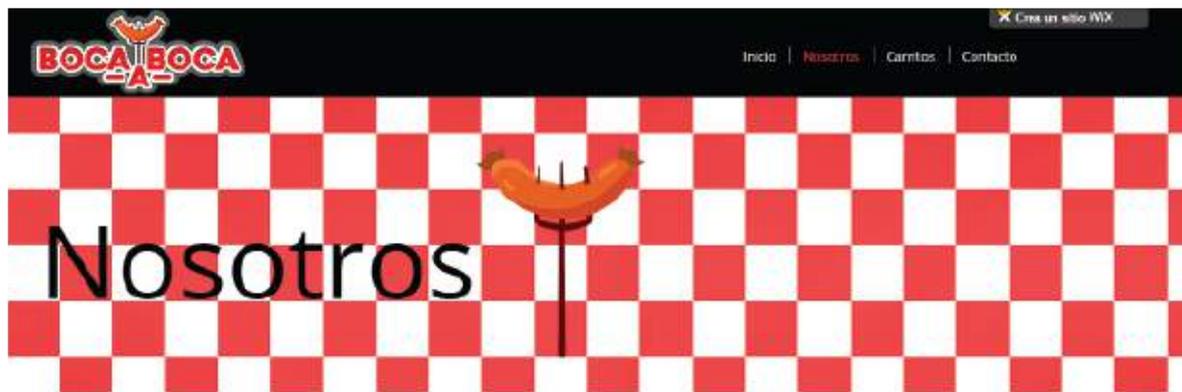
[Crea un sitio WIX](#)

[Síguenos](#)  

TELF 0800-BOCA-00  
AV. BUEN PASTOR, BOLEITA NORTE, CARACAS.

© 2016 by Boca a Boca.  
Proudly created with Wix.com

## Nosotros



### Boca a Boca Los mejores carritos de comida en Caracas

Somos una página web dedicada a la comida de las calles de Caracas. Con nosotros podrás conocer los mejores lugares para comer en la ciudad, sin gastar todo tu dinero.

Te ofrecemos descripciones, fotografías, experiencias como comensales, ubicación y una pequeña valoración de los mejores carritos de comida. Disfruta de nuestra gran variedad y corre a conocer el lugar de tu preferencia.

Gracias por visitarnos



Redacción: Jennifer Duarte  
Diseño: Cristian Cárdenas, Jennifer Duarte  
Colaboradores: Carlos De Santis, Jean Paul Rojas

Síguenos



TEL: 0800-BOCA-40  
AV. BUEN PASTOR, BOLEITA NORTE, CARACAS.

© 2016 by Boca a Boca.  
Proudly created with Wix.com

## Carritos



# El Toque Zuliano



Patacón de carne mechada. Precio 1400 Bs.

Precio	Sabor	Ubicación	Pago	Estacionamiento

Ubicado desde 2012 al principio de la subida de Los Naranjos, es uno de los mejores lugares de Caracas donde podemos degustar comida típica zuliana, su dueño dice que es "la mejor de todo el mundo" y ciertamente su patacón de carne mechada y sus tequeños de plátano y queso son un espectáculo.

Para disfrutar de su deliciosa comida necesitas un aproximado entre 1.000 y 1.500 Bs. Pero no te preocupes, su punto de venta está activo y aceptan tarjetas de crédito.

Puedes visitarlos en su Instagram y twitter @ELTOQUEZULIANO

Ubicación: Carretera el Hatillo. (comenzando la subida de Los Naranjos)



© 2016 by Boca a Boca. Proudly created with Wix.com

TELEFONO: BOCA 96  
AV. BUEN PASTOR, ROSETA NORTE, CARACAS.

Síguenos

## Contacto

\* Crear artículo WIX  
[Inicio](#) | [Nosotros](#) | [Carritos](#) | [Contacto](#)

# Contacto

Llámanos: 0800-BOCA-00  
Escribenos: [contacto@bocaboca.com](mailto:contacto@bocaboca.com)

Trabaja con nosotros:  
[redaccion@bocaboca.com](mailto:redaccion@bocaboca.com)

Dirección: Av. Buen Pastor, Boleíta Norte,  
Caracas

Si conoces un carrito que nosotros no y te gustaría que apareciera en la página, escríbenos aquí su nombre, dirección y tipo de comida. Lo visitaremos lo antes posible para incluirlo en nuestra selección.

Nombre
Email
Mensaje

[Síguenos](#)  

TELF 0800-BOCA-00  
AV. BUEN PASTOR, BOLEITA NORTE, CARACAS.

© 2014 by Boca a Boca  
Proxely created with Wix.com

## Aspectos gráficos

- Tipografía:

Se seleccionó la familia de letras Open Sans, creada en 2010 por Steve Matterson en colaboración con Google, por su simplicidad a la vista fue especialmente creada para utilizarse en diseño web. Al ser del tipo sansserif facilita al usuario la lectura rápida de contenidos cortos con mayor facilidad. Para el color se utilizó el negro clásico para resaltar con el fondo blanco y mantener el tema minimalista de la página. Su tamaño es de 25 píxeles para la comodidad de lectura del usuario, ya que el mínimo recomendado son 16 píxeles.

- Títulos:

Para los títulos de la página web se mantuvo la tipografía Open Sans en color negro, ya que genera el contraste perfecto con el rojo y blanco de su fondo y mantiene el minimalismo presentado. Se colocaron todos los títulos en tamaño 116 píxeles para la fácil identificación de cada una de las secciones de la página. El subtítulo de la página principal que se encuentra en tipografía Open Sans Condensed, tamaño 60 píxeles para que fuese más fino y no compitiera con la fotografía de Caracas que tiene como fondo.

- Textos:

Por ser escritura destinada a la web los textos del proyecto Boca a Boca son breves y simples, escritos en un lenguaje llano y coloquial para generar una identificación con el lector. Se utilizaron textos de dos o tres párrafos cortos de entre tres y cuatro líneas de extensión, separados con un interlineado de 1,5 puntos para la comodidad de lectura.

- Colores:

Se utilizó una paleta de colores cálidos, previamente acordada con el diseñador gráfico encargado del proyecto, Cristian Cárdenas. En la página de Boca a Boca predomina el color rojo por ser el más adecuado para los temas referentes a la comida, además de ser un color alegre y llamativo, como colores complementarios se utilizaron colores neutros como blanco, negro y gris para realizar un contraste clásico con aspecto minimalista.

- Formato de presentación

El proyecto Boca a Boca se presenta en formato web con el fin de tener un mayor alcance a un bajo costo y captar la atención de un público joven entre 17 y 30 años. Además la plataforma web permite al usuario acceder al portal desde cualquier lugar con acceso a internet desde su teléfono inteligente, tableta o computadora. Este tipo de formato es ideal para realizar actualizaciones periódicas de manera fácil, rápida y de disfrute inmediato por el usuario.

### **Planificación estratégica**

Boca a Boca es un proyecto web que puede ser llevado a realidad en un tiempo estimado de entre seis y ocho meses, pues al de ser un proyecto web solo requiere de la compra del dominio y la realización de la página web final. Sus costos operativos son mínimos ya que solo requiere de una única inversión inicial para la compra del dominio y la contratación de un programador, luego sus costos mensuales se verían limitados a la investigación periódica de campo para realizar las actualizaciones.

Según el artículo *¿Cuánto cuesta realmente una página web?* realizado por el Consultor en diseño web y marketing online, José Cabello, y publicado en su página web [josecabello.net](http://josecabello.net), los costos anuales del manejo de un portal web oscilan entre los 33 y 38 dólares, sin incluir los gastos de empleados como diseñadores, redactores y programadores.

Para que el proyecto pueda ser llevado a cabo se necesita únicamente de un redactor con conocimientos básicos de la plataforma seleccionada para realizar las actualizaciones de la página web. Dicha persona debe ser preferiblemente un comunicador social capacitado para realizar la investigación de campo, la documentación fotográfica y la redacción del contenido de la página.

Boca a Boca se basa en un concepto juvenil y minimalista que se une a las tendencias de periodismo gastronómico presentes actualmente a nivel mundial. La

era 2.0 está en boga por lo que su plataforma digital es perfecta para captar la atención de los públicos de todas las edades, pero especialmente jóvenes.

Al ser una plataforma digital las posibilidades de ampliación del proyecto son prácticamente infinitas, desde redes sociales hasta salir de su nicho y lanzar el proyecto a nivel mundial con solo aumentar el número de redactores. Además puede ser una fuente de empleo para muchos comunicadores sociales, diseñadores gráficos, escritores y fotógrafos.

La posibilidad de ampliación del proyecto comienza con su penetración en las redes sociales preferidas del momento, actualmente se utilizarían cuentas en Facebook, Twitter e Instagram por ser las que tienen mayor número de usuarios y generan mayor tráfico de información a nivel mundial. También es posible comprar el dominio de la plataforma Wix para tener una base de herramientas más amplia que permita darle mayor interés visual a la página; o simplemente mudar el proyecto a una plataforma más compleja con la ayuda de un programador web.

En el ámbito de las fronteras, podría llevarse el proyecto a varias ciudades de Venezuela e incluso a varios países simplemente agregando pestañas a la página web y mencionando su lanzamiento en las redes sociales para generar tráfico de datos inmediato en el sitio.

Una vez que el proyecto haya tomado éxito suficiente una forma de tener ingresos sería colocar publicidad de temas relacionados tanto en el sitio web como en las redes sociales.

- Target:

El proyecto Boca a Boca está enfocado a jóvenes caraqueños entre 17 y 30 años con poco presupuesto para comer en restaurantes de alto nivel por lo que prefieren optar por la comida informal. Sin embargo, el proyecto es apto para el disfrute de cualquier persona que tenga acceso a internet y disfrute de este tipo de comida.

También es ideal para visitantes a la ciudad de Caracas que deseen conocer de cerca su cultura gastronómica saliendo del típico patrón de los restaurantes de lujo y los bares nocturnos.

- Mercados y competencias:

El mercado para este tipo de proyecto es sumamente amplio, pues los jóvenes de la actualidad siempre están deseosos de más información, pasan gran parte de su tiempo en internet, especialmente desde dispositivos móviles.

Se considera competencia a cualquier guía gastronómica virtual que podamos encontrar en la web. MiroPopic, Degusta Venezuela, Sabor Capitalino, son solo algunas de las muchas que podemos encontrar en la red. Las redes sociales también pueden ser tomadas como competencia pues es una herramienta que muchos locales de comida están utilizando actualmente para darse a conocer y posicionarse en el mercado.

- Ventajas competitivas y oportunidades en el mercado:

Actualmente en el mercado venezolano no existe ninguna guía gastronómica especializada en comida informal. Boca a Boca toma esa oportunidad y la convierte en su mayor fortaleza por ser su elemento diferenciador de las guías virtuales conocidas en Caracas.

Boca a Boca toma la oportunidad de los altos costos de los restaurantes capitalinos para potenciar la comida informal, tomando como nicho inicial los jóvenes caraqueños cuyos sueldos son insuficientes y prefieren abaratar costos comiendo en lugares informales como puestos de perros calientes y otras comidas de bajo presupuesto.

- Matriz DOFA:

Debilidades:

-Al ser una plataforma nueva se requiere un gran esfuerzo para lograr un posicionamiento en el mercado.

-Especializarse únicamente en comida informal la variedad de platos es escasa y el proyecto puede volverse demasiado focalizado.

-Por la característica cambiante de la ciudad de Caracas, y de Venezuela en general, las actualización del contenido deben ser sumamente frecuentes ya que sino el proyecto puede quedar obsoleto.

-Al ser una plataforma web se pierde el alcance a aquellas personas que no cuentan con servicio de internet.

#### Oportunidades:

-En el mercado actual no existe ninguna guía gastronómica dedicada a la comida informal.

-El periodismo gastronómico está tomando cada vez más fuerza en Venezuela.

-Los jóvenes venezolanos han migrado a la comida informal debido a los altos costos de los restaurantes de Caracas.

#### Fortalezas:

-El formato web de Boca a Boca permite tener un mayor alcance al público.

-El proyecto tiene un fuerte elemento diferenciador que no existe en el mercado actual venezolano, la especialización en la comida informal.

-El concepto presentado ataca un nicho que no ha sido captado por la competencia.

#### Amenazas:

-El marcado posicionamiento que tienen Degusta Venezuela, MiroPopic y otras guías gastronómicas virtuales.

-La facilidad de copiar el elemento diferenciador de Boca a Boca, siendo posible ampliar las páginas web existentes simplemente añadiendo una categoría de comida informal.

-La característica cambiante de economía venezolana puede provocar un aumento en los precios de los precios de la comida informal dejando de ser accesible para el público al que va dirigido Boca a Boca.

- Filosofía de gestión:

El proyecto Boca a Boca puede convertirse fácilmente en una posibilidad de negocio. Por tanto se ve necesario identificar la filosofía corporativa bajo la cual se rigen todas las acciones y contenidos de la página web.

**Misión:** Boca a Boca es una empresa dedicada al periodismo gastronómico, específicamente a la comida informal en Caracas. Busca ofrecer a los usuarios, de manera fácil, rápida y gratuita, referencias de calidad acerca de los puestos de comida en la ciudad capital.

**Visión:** Ser la principal guía gastronómica de comida informal de Caracas y sembrar un precedente para que futuras guías promuevan los puestos este tipo de gastronomía, tanto como los restaurantes y los bares nocturnos.

**Valores:**

-Calidad: Ofrecemos al usuario contenido de calidad, con datos completos y comprobados acerca de los principales puestos de comida informal en Caracas.

-Servicio: Trabajamos con pasión y de forma transparente ofreciendo a los consumidores información veraz, además de prontas y efectivas respuestas a sus dudas y comentarios.

-Aprendizaje constante: buscamos siempre mantener nuestra información actualizada, aceptando críticas y sugerencias para corregir nuestros errores y buscar siempre la excelencia.

-Competitividad: nos basamos en la sana competencia para ofrecer contenidos de alta calidad y buscar la excelencia de manera limpia forma justa y honesta.

## 5. Conclusiones

Para la exitosa realización de este proyecto fueron necesarios valores como la paciencia, la constancia, la organización y planificación, la humildad para aceptación y corrección de los errores cometidos; valores que la facultad de Comunicación Social siembra en sus estudiantes durante los cinco años de carrera.

Los contenidos vistos durante el pensum fueron esenciales para la elaboración de Boca a Boca, aplicando conceptos de redacción, mercadeo, diseño gráfico, periodismo digital y géneros periodísticos a la idea básica de un proyecto que poco a poco se transforma en una realidad.

La elaboración de una página web como Boca a Boca permite al redactor ser cercano con sus lectores, teniendo la oportunidad de contar experiencias propias como comensal de los diferentes puestos de comida informal en Caracas, de esta forma el usuario puede identificarse con la proyecto y sentirse deseoso de conocer los lugares presentados en las reseñas.

Al mismo tiempo, Boca a Boca permitió a su creadora juntar sus tres pasiones: el periodismo, las comunicaciones digitales y la gastronomía. Dándole la oportunidad de realizar un proyecto con gran pasión y dedicación debido al entusiasmo que le presentaba poderlo llevar a cabo.

Realizar un proyecto final de carrera, de cualquier modalidad, permite al estudiante englobar diferentes conocimientos obtenidos durante su carrera universitaria. Al verse obligado a escoger un tema y modalidad, aflora las verdaderas aspiraciones de su vida profesional y ayuda a definir su futuro según sus preferencias de las materias vistas en el pensum.

## 6. Recomendaciones

Boca a Boca se presenta actualmente a modo de diseño piloto de una guíagastronómica web enfocada en la comida informal de ciudad de Caracas. Por tanto en un futuro podría ejecutarse el proyecto en su versión final con acceso público de usuarios reales.

Gracias a la era digital y la tecnología 2.0 los consumidores han migrado cada vez más a las redes sociales y apps, por lo que sería conveniente realizar el diseño y manejo de estas herramientas en un futuro cercano, y de esta forma impulsar el posicionamiento de Boca a Boca en este mercado.

El proyecto fue realizado con la plataforma Wix, que suele relacionarse más a los blogs que a las páginas web, por tanto, aunque la plataforma escogida es adecuada para la realización de portales web, su versión gratuita es limitada y puede ser conveniente realizar en proyecto con una versión paga o utilizando un plataforma con herramientas más completas.

En cuanto a la Universidad Monteávila, se recomienda contar con una electiva de periodismo gastronómico para preparar a las futuras generaciones de las nuevas ramas y tendencias de la comunicación social. Así como también convertir la electiva de periodismo digital en una materia fija del plan de estudios de carrera, ya que las herramientas ahí obtenidas han sido de gran importancia para la realización de este y muchos otros proyectos.

## 7. Referencias

1. Cabello, J. (13 de noviembre de 2014). *¿Cuánto cuesta realmente una página web?* [Datos en línea] <http://josecabello.net/disenos/cuanto-cuesta-realmente-una-pagina-web/> [25/02/2016]
2. Díaz, D. (2004). Cómo se elabora un ensayo. *Acción pedagógica*, vol. 13 (1) <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2972010.pdf>. Consultado el 1 de marzo de 2016.
3. Globovision.com (3 de abril de 2014). *El ser humano ve en promedio unas 200 veces al día la pantalla de su celular.* [Datos en línea] <http://archivo.globovision.com/el-ser-humano-ve-en-promedio-unas-200-veces-al-dia-la-pantalla-de-su-celular/> [23/02/2016]
4. Jiménez, F (15 de mayo de 2012). *Definiendo periodismo gastronómico.* [Datos en línea] <https://aquetesabe.com/2012/05/15/definiendo-periodismo-gatronomico/> [29/02/2016]
5. Notilogia.com (21 de febrero de 2016). *Solo el 2,6% ahorran los jóvenes en Venezuela.* [Datos en línea] <http://www.notilogia.com/2016/02/solo-el-26-ahorran-los-jovenes-en-venezuela.html> [23/02/2016]
6. Ultimasnoticias.com (5 de junio de 2015). *Uso de internet en teléfonos móviles creció 67% en Venezuela.* [Datos en línea] <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/economia/uso-de-internet-en-telefonos-moviles-crecio-67-en-.aspx> [27/02/2016]

## 8. Anexos

Calle del hambre.



Chichero Boleíta.



Filipo.



La esquina del sabor.



Maracaibo Bistró



Pancho Villa.



Saurio Hamburger & Hot Dog

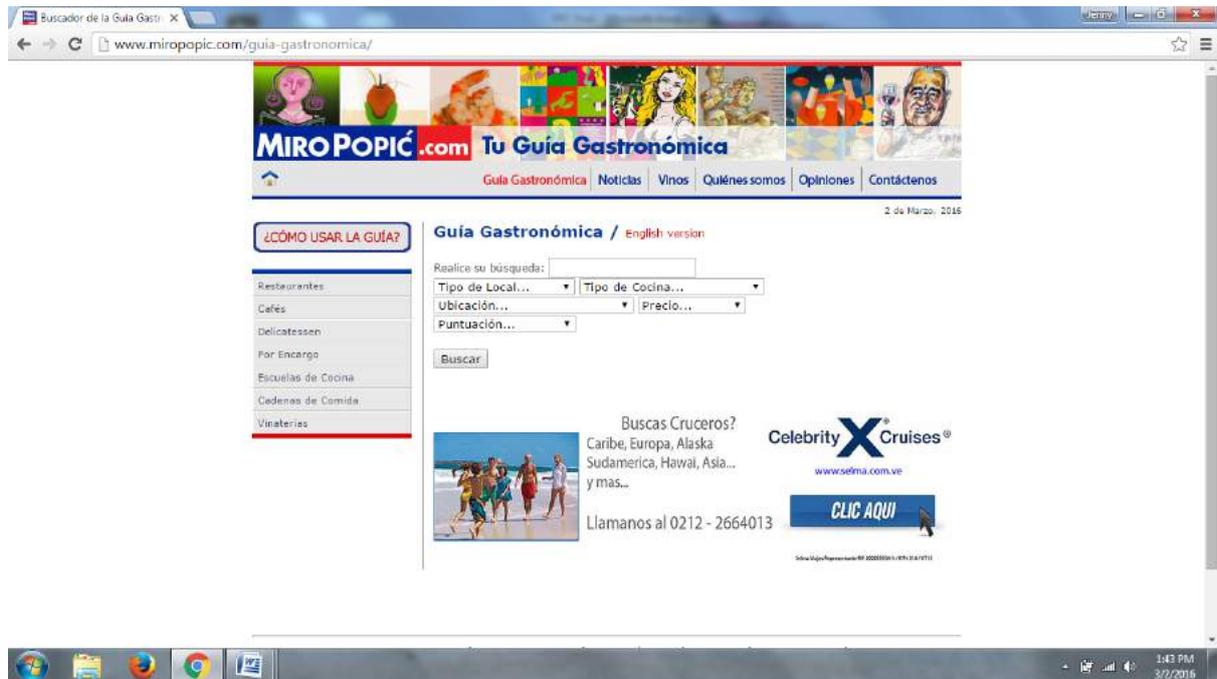


# Toque Zuliano



Referencias web:

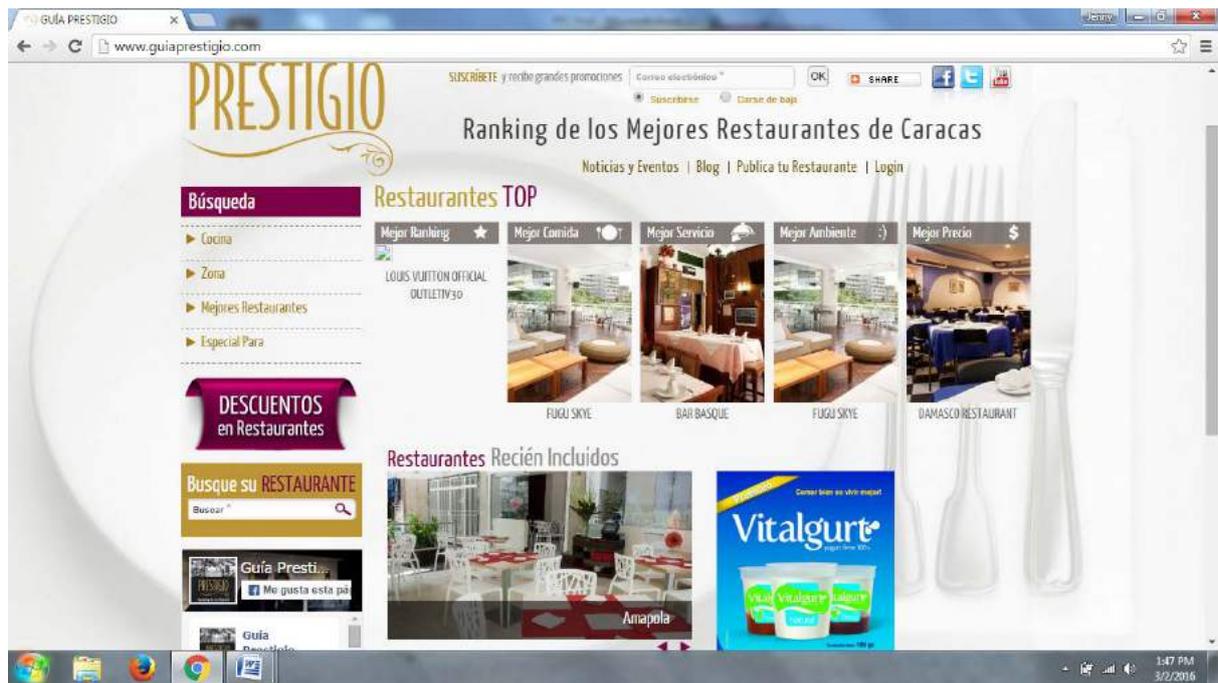
MiroPopic.com



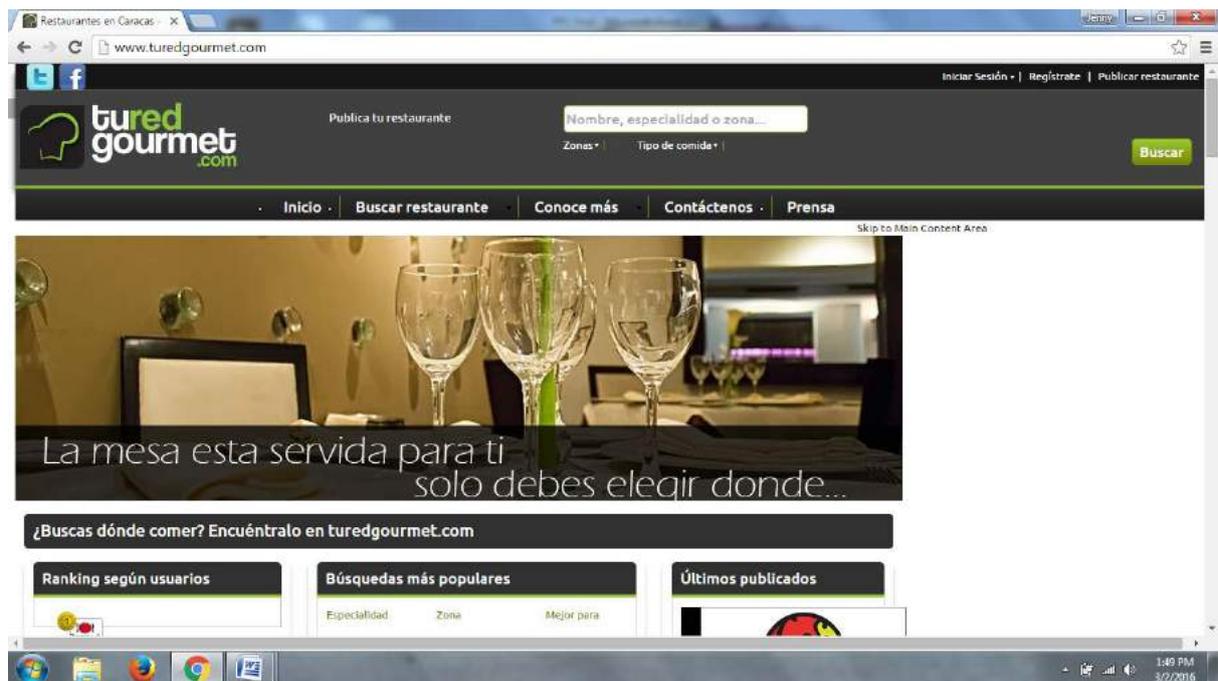
Degustavenezuela.com

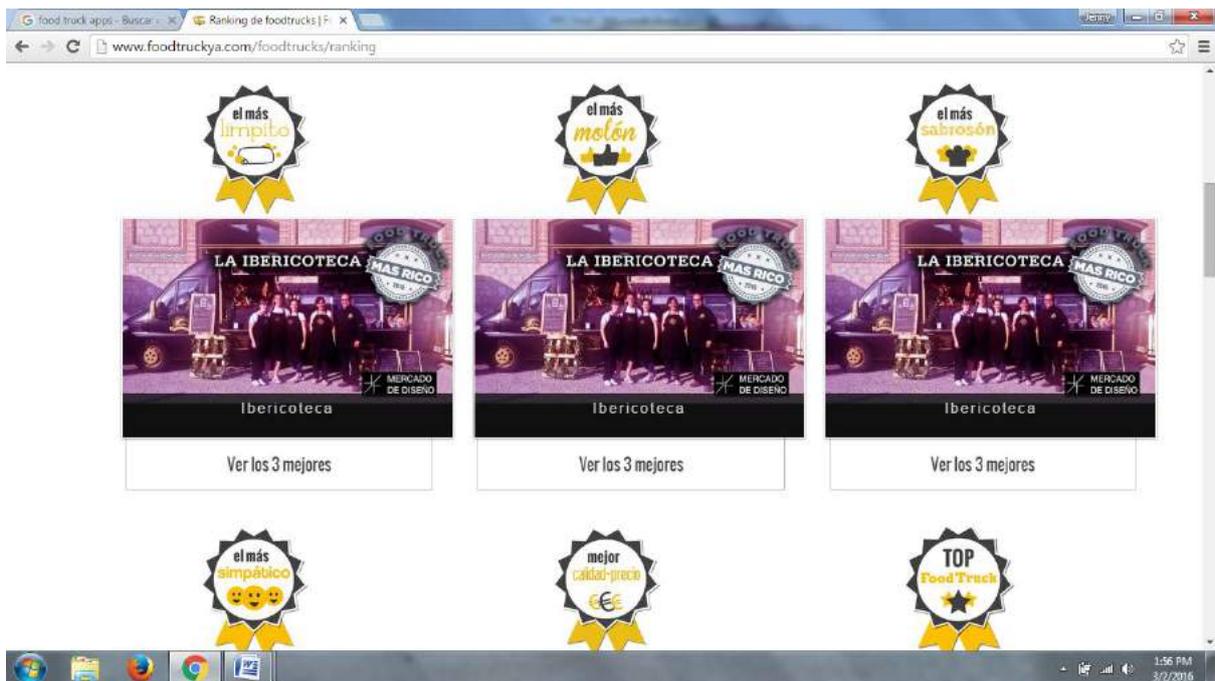
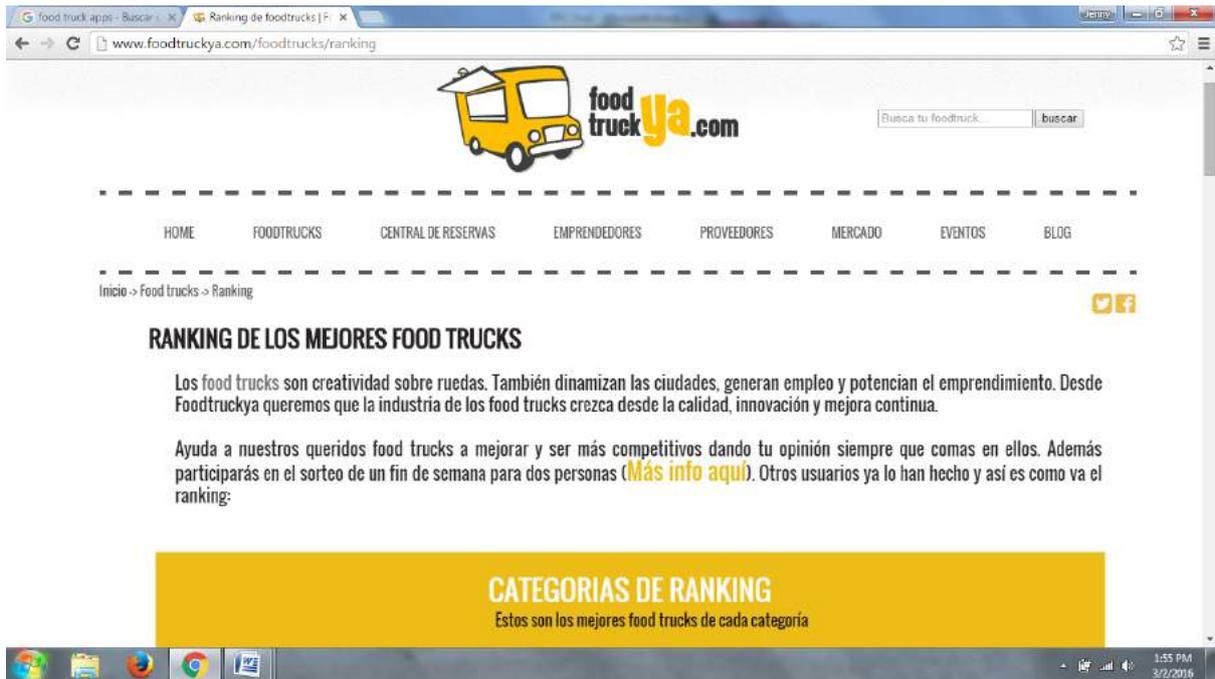


# Guiaprestigio.com



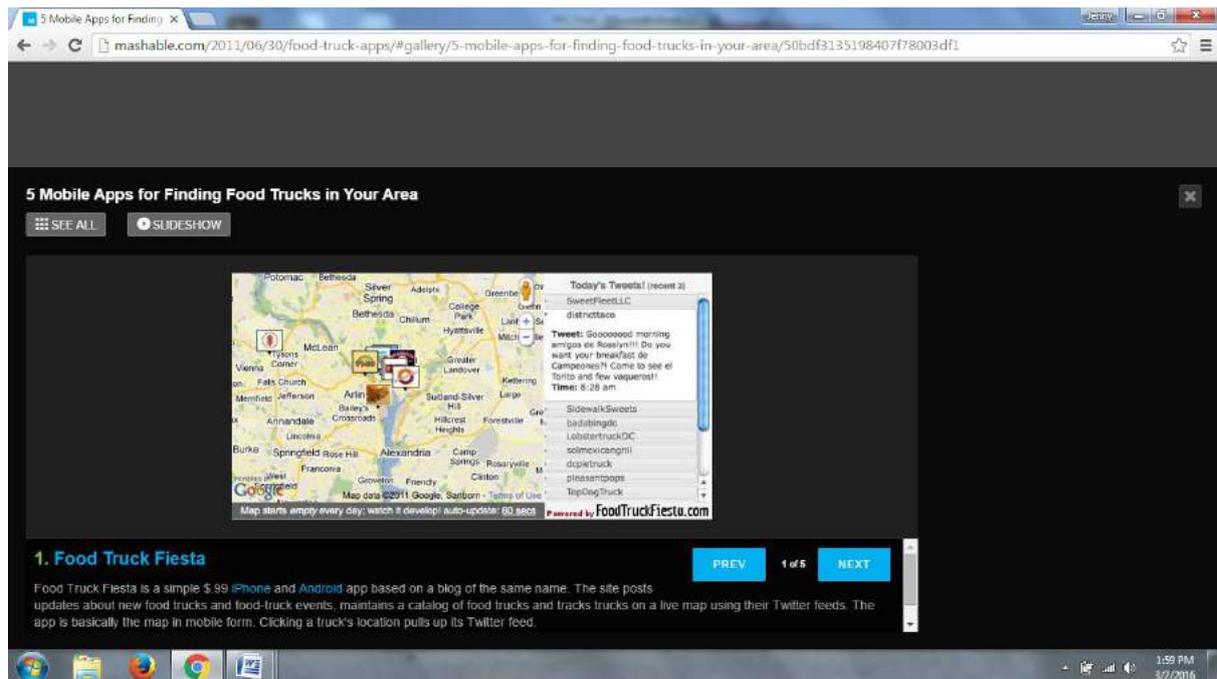
# Turedgourmet.com







## Apps



5 Mobile Apps for Finding Food Trucks in Your Area

SEE ALL SLIDESHOW



**2. Eat St.**

Food Network's *Eat St.* show highlights the most innovative mobile cuisine in North America. Its free iPhone and Android apps are attempting to help viewers track down gourmet meals on wheels near them.

With a combination of a different approach than most of the food trucking apps on the market, *Eat St.* allows food truck owners to update their own locations.

PREV 2 of 5 NEXT

2:00 PM 3/2/2016

5 Mobile Apps for Finding Food Trucks in Your Area

SEE ALL SLIDESHOW



**3. Roaming Hunger**

Like Food Truck Fiesta, Roaming Hunger is a blog that chronicles food truck news and events. Its scope is much larger than L.A., however, and its catalog includes a smattering of trucks in most major cities.

The free iPhone app uses tweets and mentions to keep track of the trucks. You can search for trucks near you, their current location, and more.

PREV 3 of 5 NEXT

2:01 PM 3/2/2016

5 Mobile Apps for Finding Food Trucks in Your Area

SEE ALL SLIDESHOW



**4. Road Stoves GPS**

L.A.-based RoadStoves sells food trucks and books food trucks for promotions and events. Its free iPhone and Android apps use actual GPS location to track food trucks.

This makes it one of the most accurate, but also one of the most expensive. Most of its trucks are in Los Angeles, and only about 15 of them are GPS.

PREV 4 of 5 NEXT

2:01 PM 3/2/2016

5 Mobile Apps for Finding Food Trucks in Your Area

1 Planillas gratis 2 Collages Fotográficos 3 Calendarios 4 Volantes 5 Análisis genealógico SIEMPRE GRATIS (Orange is Application MyGeneWeb.com)

5 Mobile Apps for Finding Food Trucks in Your Area

SEE ALL SLIDESHOW



**5. TruxMap Lite Food Truck Map**

TruxMap's free iPhone and Android apps plot open food trucks near you in green, and soon-to-open food trucks in blue. It uses the trucks' Twitter feeds to track and plot their locations.

This app makes you track food trucks in 25 cities, but the majority of them are in Los Angeles, Austin, and New York. It does not contain new trucks.

PREV 5 of 5 NEXT

Commercial Break SDK Earn \$20+ eCPMs

LEARN MORE AppSaholic by Perk

2:02 PM 3/2/2016

## Redes sociales



EL TOQUE ZULIANO (@eltoquezuliano) <https://twitter.com/eltoquezuliano>

Inicio | Notificaciones | Mensajes | Buscar en Twitter



TWEETS 3.555 | SIGUIENDO 855 | SEGUIDORES 1.793 | ME GUSTA 181

**EL TOQUE ZULIANO**  
@eltoquezuliano  
Comida Zuliana en Ocasí Patacones, Hamburguesas, Tequeños, Mandocas y Arepas Mollejas Lun a Jue. 5:00 pm a 9:30 pm Vier a sab. 1:00 pm a 11:30 pm Dom 1pm a 9:30pm  
Subida de Los Naranjos-Caracas  
Se unió en septiembre de 2012

330 fotos y videos

**Tweets** | Tweets y respuestas | Fotos y videos

**EL TOQUE ZULIANO** @eltoquezuliano · 2 h  
#FelizMiercoles Tenemos un nuevo producto para ti, ven y disfruta de nuestro nuevo plato!!!



A quién seguir · Actualizar · Ver todos

- Arabic Cloud @ArabianCloud
- El Estímulo @elestimulo
- lvVenezuela @lvvaag

Tendencias · Cambiar

- #QuienMeConoceSabe
- #RecuperemosCARACAS
- #golpealaasamblea

2:59 PM 3/2/2016

Sabor Capitalino (@SaborCapitalino) <https://twitter.com/SaborCapitalino>

Inicio | Notificaciones | Mensajes | Buscar en Twitter



TWEETS 3.389 | SIGUIENDO 3.469 | SEGUIDORES 6.985 | ME GUSTA 222

**Sabor Capitalino**  
@SaborCapitalino  
¡Caracas está para comerse! Disfruta con nosotros los mejores sabores de la capital #SomosComelones - Gerenciamos las redes de tu restaurante #SocialCooks  
Caracas  
Se unió en enero de 2013

3 Seguidores que conoces

**Tweets** | Tweets y respuestas | Fotos y videos

**Sabor Capitalino** @SaborCapitalino · 13 abr. 2015  
#PizzaJaponesa de @sushitimevzla @Recomendao



A quién seguir · Actualizar · Ver todos

- El Estímulo @elestimulo
- VIVOplay @vivoplaynet
- lvVenezuela @lvvaag

Tendencias · Cambiar

- #QuienMeConoceSabe
- #RecuperemosCARACAS
- #golpealaasamblea
- #MariaQueremosMeriendaPrueba
- #NoHayImposiblesParaBiancalone

2:40 PM 3/2/2016

← SABORCAPITALINO ⋮



130 publicacio... 2949 seguidores 1013 seguidos

+ SEGUIR ▾

**Sabor Capitalino**

🏠 ¡Caracas está para comérsela!  
#SomosComelones #CaracasFoodies  
➡️ #SocialCooks - Cocineros digitales  
✉️ saborcapitalino@gmail.com  
[www.facebook.com/SaborCapitalino](http://www.facebook.com/SaborCapitalino)

🏠 ☰ 📍 👤

🏠 🔍 📷 💬 👤



199 publicacio...  
4288 seguidores  
2008 seguidos

✓ SEGUIDOS

**Que Comer en Caracas**

Recomendamos platos, comidas y bebidas para ofrecerles las mejores experiencias gastronómicas



Publicidad 04142678788

[www.quecomeren.com](http://www.quecomeren.com)

