



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Monteávila
Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información
Escuela de Comunicación Social

Benditos Bok2: degustación gastronómica neurosensorial

Proyecto Final de Carrera

AUTORES:

- Gómez Vergara , Andrés Eduardo. C.I.: 28.007.259
- Montrone Abreu, Andrea Beatriz. C.I.: 27.916.773
- Suárez Ferreira, Valeria Isabel. C.I.: 29.678.800

TUTOR ACADÉMICO:

- Vicente Corostola

Caracas, junio de 2022

Tabla de contenido

AGRADECIMIENTOS.....	4
RESUMEN.....	5
Capítulo I	
INTRODUCCIÓN.....	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
OBJETIVOS.....	9
GENERALES.....	9
ESPECÍFICOS.....	9
ANTECEDENTES.....	10
Capítulo II	
ESTRATEGIAS.....	11
ANÁLISIS FODA.....	12
MANUAL DE PRODUCCIÓN.....	13
CRONOGRAMA.....	13
PÚBLICO META.....	15
FECHA, HORA Y LUGAR.....	16
COMITÉS DE TRABAJO	17
PRESENTACIONES (PONENTES)	17
PATROCINANTES Y PROVEEDORES	18
CARTA DE PATROCINIO.....	19
BASE DE DATOS DE EMPRESAS PATROCINANTES	19
BASE DE DATOS DE PATROCINIO SIN CONCRETAR	20
PROVEEDORES	22
PRESUPUESTO.....	22
VENTA DE ENTRADAS	24
RELACIÓN CON LA FUNDACIÓN CUENTO CONTIGO.....	24
LOGÍSTICA Y PLANIFICACIÓN	25
EQUIPO AUDIOVISUAL Y DE SONIDO	25
OBSEQUIOS	25
EXPERIENCIA NEUROGASTRONÓMICA.....	26
PROGRAMA DEL EVENTO.....	27

9.1- MENÚ	30
10- IDENTIDAD GRÁFICA	30
10.1- PALETA DE COLORES.....	31
10.2- TIPOGRAFÍA.....	32
10.3- FIGURAS E ÍCONOS.....	33
10.4- BUYER PERSONA.....	34
10.5- SLOGAN.....	32
10.6- LOGOTIPO.....	35
11- EVENTO	36
12- POST EVENTO	37
12.1- PARTICIPACIÓN	37
12.2- EVALUACIÓN DE RESULTADOS.....	38
Capítulo III	
13- CONCLUSIÓN	40
14- RECOMENDACIONES	41
15- GLOSARIO	42
16- ANEXOS	44
17- REFERENCIAS	60

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, le queremos agradecer a Dios por siempre acompañarnos y estar presente en toda nuestra etapa universitaria.

A Vicente Corostola, nuestro tutor, por no solo acompañarnos en el proceso, sino también por estimular y potenciar las habilidades de cada uno. Por creer en nuestra capacidad para enfrentar los retos que se nos presentaron en el camino y por aportarnos sus conocimientos y experiencia.

A la Universidad Monteávila por haber sido nuestra casa de estudios durante los cuatro años de carrera. Y también por ser parte de nuestra formación personal y profesional.

A nuestros patrocinantes: Ron Veroes, Bordcad, Enpanitas y Chocolate Mantuano. Estamos realmente agradecidos por su apoyo y convencidos de que sin ustedes esto no hubiese podido llevarse a cabo.

De igual manera queremos agradecer a nuestros ponentes: Anna María Tommasetti y Feliciano Salerno, quienes nos orientaron incondicionalmente a lo largo de esta experiencia sensorial y sin ellos no hubiese sido posible un resultado victorioso.

Y a nuestros padres, a los integrantes del equipo y a todas aquellas personas que se unieron para que el evento tuviera una buena ejecución y por apoyarnos en cada decisión tomada a lo largo de dicha planificación.

RESUMEN

Un reportaje de Barcelona Culinary Hub titulado: “¿Cómo la neurogastronomía afecta la gastronomía?”, sostiene que la ampliación tecnológica y su abrupto crecimiento durante el siglo XX, ha potenciado el uso de la vista y el oído como principales vías de recepción de estímulos, y por ende, ha dejado en un segundo plano los demás sentidos. Benditos Bok2, además de poner práctica las herramientas profesionales aprendidas a lo largo de la carrera en lo que respecta al área de producción de eventos, nace como una invitación a las personas a reconectar desde el punto de vista gastronómico con sus sentidos y el tiempo presente, tomando como base la neurogastronomía, siendo ésta aquella disciplina que estudia la percepción del sabor a nivel cognitivo y neuronal y cómo esta se ve influenciada por los sentimientos, la memoria y el entorno.

Benditos Bok2 fue una cata gastronómica llevada a cabo en el Restaurante Komo el jueves 2 de junio del presente año, de 6pm a 8pm. El evento fue dirigido por dos neurogastrónomos, quienes guiaron toda la experiencia en base a un programa previamente estructurado. Durante la cata se degustaron varios tipos de sushi, dos temperaturas de cervezas, vino, ron y chocolate. A pesar de que la estructura del evento giró en torno a la neurogastronomía, el programa fue creado en base a historias personales del equipo de Benditos Bok2, haciendo énfasis en las emociones a lo largo del evento. La música, en tal sentido, fue un acompañante indispensable que jugó un papel de suma importancia, además de ambientar la experiencia, influyó en la percepción de los comensales frente a lo que degustaban. Cabe destacar que parte del evento se llevó a cabo con los ojos vendados, debido a que se quería apagar el sentido de la vista y resaltar con más intensidad la presencia del gusto, el tacto, el olfato y el oído. Hubo una participación principalmente de familiares y amigos cercanos de los integrantes del grupo, de 36 personas que comprendían entre las edades de veintiuno (21) a ochenta y cinco (85) años. La realización de un evento tiene ciertos aspectos a tomar en cuenta que se deben ver de manera muy precisa para un resultado positivo, en nuestro caso Benditos Bok2 resultó ser una cata neurogastronómica exitosa, por parte del público y de su equipo, tanto internamente como exteriormente se logró llevar a cabo un evento donde se llegó a cumplir con el objetivo, durante su realización existieron mínimas fallas y posibles mejoras que se marcaron en el post evento. Las distintas relaciones que se crearon y desarrollaron con los proveedores y patrocinantes, sumando una venta de entradas exitosa, dió como resultado que con disciplina, entusiasmo y organización un evento de la talla de Benditos Bok2.

INTRODUCCIÓN

Dentro de los programas y diversas materias integrales que la Universidad Monteavila ofrece a sus estudiantes, encontramos las distintas vertientes por las cuales un alumno de la escuela de Comunicación Social puede formarse. Entre los valores de la responsabilidad y disciplina, se descubre la materia Producción de Eventos en su pensum.

Se estableció una planificación estratégica y una imagen corporativa en todo su desarrollo mediante los conocimientos recalcados en la producción de eventos, en nuestros objetivos y finalmente se encontró el crear un evento donde la experiencia sea única y de aprendizaje para el espectador, donde los valores y marcas venezolanas toman importancia.

Ya instaurados los valores y primeros aspectos a querer tratar en tal evento, se dispuso el equipo de tesis a recolectar datos, antecedentes y registros de proyectos que sirvieron de ejemplo para su realización, además de agregar en su producción los conocimientos establecidos en producción de eventos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El siguiente trabajo tiene por objetivo la creación, planificación y ejecución de “Benditos Bok2”, evento que consistió en la realización de una cata sensorial neurogastronómica en los espacios del restaurante Komo Caracas, ubicado en el centro comercial Paseo las Mercedes, en el nivel de Trasncho Cultural. Fue realizado el día 02 de junio del 2022.

En esta investigación se busca poner en práctica tanto las herramientas profesionales como las bases teóricas aprendidas que se necesitan para obtener un resultado exitoso.

En el área de producción de eventos, se busca dar a conocer la metodología implementada por las fundaciones para la realización de un evento benéfico, así como la concientización y sensibilidad de las personas con respecto a las situaciones que padece un sector de la población. Como futuros comunicadores buscamos reconocer el valor y alcance de las organizaciones y por lo tanto cómo estas pueden ser entes de cambio y contribuir al desarrollo humano.

Por otro lado, también se quiere enfatizar el impacto que la neurogastronomía dispone a nivel mundial. Su importancia se basa en la relación que se forma entre la comida con las experiencias sensoriales en donde los pensamientos juegan un papel fundamental. A su vez, los sentidos del cuerpo humano sobresalen en la percepción final de cada bocado.

En el proyecto, se quiere resaltar cómo en un sector reducido como lo son los restaurantes de las Mercedes en Caracas, en específico el restaurante Komo, también influyen estos factores por el hecho de que no son tan frecuentes este tipo de experiencias. Sin embargo, los locales cada vez están siendo más conscientes de la gran importancia que la neurogastronomía aporta. Todo esto va a depender de la presentación de cada ingrediente, haciendo resaltar la cocción, los colores, olores y texturas para que el comensal se centre en las sensaciones y no en el espacio.

No obstante, para la ciudad en la que vivimos, estas experiencias son bastante complicadas de realizar, por el hecho de que se necesitan guías profesionales que orienten este tipo de degustaciones y que tengan la disposición de hacerlo. Asimismo, también afectan las distintas

percepciones del individuo como: el estado anímico, la elección de los platos y la del restaurante.

Es por esta razón que el equipo de Benditos Bok2, realizó una encuesta informal a nuestra comunidad más cercana, preguntando si estarían dispuestos a realizar dicha degustación y hubo una gran proporción de gente que estuvieron de acuerdo con la propuesta.

OBJETIVOS

GENERAL

Crear y desarrollar una experiencia gastronómica sensorial y única al espectador asistente como prueba piloto para el restaurante Komo de las Mercedes. Para llevar a cabo el objetivo general del trabajo se debieron emplear los conocimientos obtenidos en el transcurso de la carrera en las materias vistas, sobre todo la de producción de eventos. Estos conocimientos se presentaron por medio del desarrollo de un evento en modalidad presencial con el cual se evaluarán la utilización de los pasos a seguir para el desarrollo del evento.

ESPECÍFICOS

- Planificar los distintos medios (preproducción, producción y postproducción) para la realización del evento.
- Integrar la teoría y práctica en el desarrollo de la producción de eventos que fueron aprendidos en el transcurso de la carrera.
- Ejecutar la experiencia en la atención al estímulo sensorial por medio de la gastronomía.

ANTECEDENTES

Para el comienzo de un punto de vista exterior se llevó a cabo un estudio sobre los proyectos finales de carrera con relación a nuestros objetivos y punto de partida, encontramos tres proyectos cercanos que nos dieron noción de su realización y un paso a paso de los puntos claves en un evento gastronómico. Inicialmente se llevó a cabo una revisión de proyectos finales de carrera relacionados con nuestros objetivos y punto de partida, encontrando tres proyectos cercanos que nos dieron una noción de los puntos claves y pasos a seguir para llevar a cabo un evento gastronómico.

El primero de estos estudios fue el proyecto final de carrera (PFC) **“Realización de cata para impulsar el emprendimiento de marcas venezolanas. Caso: Peregrina Birra”** (CATARZA). Se demostró que en tal evento de Catarza se llevaron a cabo dos experiencias en un mismo evento, la realización de una Cata de cerveza y una Catarsis de energías nos llegó de inspiración para mezclar y unir la comida con lo sensorial.

El segundo PFC en que nos basamos fue **“CatarRon”**. En tal evento se realizó un repaso de la historia del ron venezolano y se demostró su importancia en territorio nacional e internacional. Con estos ideales en mente, se decidió impulsar en nuestro evento las marcas venezolanas y darles un mensaje a los asistentes de cómo han influido en el desarrollo de su paladar durante la degustación.

El tercer PFC con el que se logró conectar es titulado **“Degustación de coctelería y gastronomía venezolana a beneficio de la fundación Mi Venezuela”**. Este evento tomó en cuenta el Ron venezolano para crear un menú muy variado y distinto a lo usual, una degustación que además sirvió de clase magistral a sus espectadores.

De tal modo estos tres (3) proyectos finales de carrera aportaron a nuestro evento las distintas cualidades y características que más nos identificaban por haberse llevado a cabo con éxito y total prestigio.

ESTRATEGIA

Como estrategia para la producción del evento se determinaron ciertos pasos previos para la elaboración de Benditos Bok2. Este método se basó en establecer los objetivos y conceptos del proyecto, delimitación del público meta, la fecha, la hora y la búsqueda de los posibles lugares para el evento. Adicionalmente, se realizó una presentación, la cual fue utilizada para exhibir la idea de qué se quería ejecutar.

Además, el equipo decidió estructurar distintos comités para la repartición de las responsabilidades a cada uno de los integrantes de manera que la organización del evento y sus tareas sean realizadas de manera ordenada.

Por otro lado, se realizó un presupuesto en el cual se integraron los gastos aproximados que se tomaron en cuenta para la realización del evento.

Otro de los pasos llevados a cabo fue el envío de las cartas a los patrocinadores que el equipo de Benditos Bok2 veía viable presentar la propuesta del proyecto, en relación a las empresas aliadas, solicitándoles a ellos aporte monetario o donaciones.

Por otro lado, se realizaron distintas reuniones con los Neuro-Chef para definir el menú a presentar en la degustación gastronómica y los distintos materiales que harán que el evento marche de la mejor manera. También se organizaron reuniones con el tutor para definir todas las actividades que se iban a realizar en el evento.

Por último, se llevó a cabo una estrategia comunicacional, la cual ayudó a dar a conocer el evento por las redes sociales y allí proporcionar información como el costo de la entrada, lugar en donde se realizará el proyecto, y la fecha y hora del evento.

ANÁLISIS F.O.D.A

<p>FORTALEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none">-Utilización de los conocimientos aprendidos en clases.-Benditos Bok2 está conformado por tres integrantes, todos estudiantes de Comunicación Social, quienes se encuentran capacitados para transmitir los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera.-El equipo se organizó por comités repartiéndose las responsabilidades entre sí.-Creación de la planificación para las estrategias comunicacionales.- Conocimientos básicos gracias a la materia electiva en la carrera de comunicación Monteávila.	<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">-Conseguir empresas que nos hayan ofrecido patrocinio para el evento.-Alianza con los patrocinantes-Evento innovador.-Alianzas con empresas y posibles proveedores para la elaboración del proyecto.-Haber conseguido una ubicación céntrica y de fácil acceso.
<p>DEBILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">-Falta de experiencia en el área de producción de eventos.-Bajo conocimiento en la administración de fondos y pagos monetarios.-Falta de tiempo para la realización de reuniones.	<p>AMENAZAS:</p> <ul style="list-style-type: none">-Haber tenido algunos inconvenientes en cuanto a la organización y estrategias del evento.-Los proveedores y su elevado costo.

MANUAL DE PRODUCCIÓN

A continuación se presentará un manual que servirá para el desarrollo de un evento de degustación gastronómica. Además, en el mismo trabajo se encuentra una guía que será para orientar a cualquiera que desee realizar una producción de cualquier evento. Entre los tópicos a tratar se encuentra el cronograma de planificación, el público meta, los integrantes de cada comité, información relacionada a los patrocinadores y aliados, la identidad gráfica y el plan financiero.

CRONOGRAMA

Para la producción del evento se realizó un cronograma, el cual se dividió en tres etapas: preproducción, parte en donde se inicia la preparación y planificación del evento; producción, etapa donde se lleva a cabo la ejecución del proyecto; y postproducción, sección donde se evalúan los resultados y se ejecuta la conclusión.

Fase	Actividades	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Pre Producción	Propuesta aprobada por la Universidad Monteávila								
	Reunión con el Tutor								
	Elaboración del presupuesto (\$)								
	Enlaces con posibles aliados								
	Distribución de Comités								
	Imagen gráfica								

	del evento								
	Reunión con neurochefs								
	Alianza con la Fundación Cuento Contigo								
	Investigación de posibles locales								
	Envío de cartas de patrocinio								
	Confirmación de la locación								
	Reunión y Alianza con KOMO								
	Reunión y Alianza con RON VEROES								
	Reunión y Alianza con CHOCOLATE MANTUANO								
	Reunión y Alianza con BORDCAD								
	Reunión y Alianza con ENPANITAS								
	Realización del inventario								
	Prueba de Montaje								

Producción	Montaje y decoración									
	Evento									
	Desmontaje									
Post Producción	Encuesta para asistentes del evento									
	Redacción del documento Final de Carrera									
	Revisión del Manual									
	Revisión del documento con el Tutor									
	Entrega del documento final de carrera									

PÚBLICO META

Benditos Bok2 está dirigido a hombres y mujeres en edades comprendidas entre los 20 y 50 años aproximadamente, específicamente de clase A y B que se encuentren residenciados en la ciudad de Caracas, Venezuela. El propósito de esta limitación fue invitar a los jóvenes universitarios y adultos de mediana a tercera edad, a participar en una nueva e innovadora forma de visualizar a través de los sentidos, una rama de la gastronomía.

Se clasificó el público en las clases A y B ya que se consideró que dicho evento presentaba una entrada con un costo considerablemente elevado para una audiencia de clase C y D.

FECHA, HORA Y LUGAR

El evento se llevó a cabo el día 02 de junio del año 2022 en el restaurante Komo Caracas, en el Centro Comercial Paseo las Mercedes, en el nivel de Trasncho Cultural en un horario de 6:00 p.m. hasta las 8:30 p.m.

En el momento de la búsqueda del lugar, se tomaron en cuenta la opinión de los neurochef para realizar la degustación por el hecho de que para estos eventos neurogastronómicos se deben considerar lugares con una iluminación específica, que dispongan de una cocina, equipos de sonido, suficiente espacio para el aforo de personas, baños, área de barra y coctelería, cocineros y sus ayudantes, mesoneros del local y estacionamiento para los invitados.

Para el evento se optó por organizar, en conjunto con nuestros compañeros de clase, un equipo de meseros que fueron de gran ayuda para la dinámica del evento. En total, fueron ocho personas las cuales estuvieron asistiendo las necesidades de cada mesa.

Para la ejecución del evento se consideraron cuatro opciones: El cine, Lola, Bone y la gallinita. Sin embargo, todos estos locales nos daban un precio muy elevado lo cual hacía a su vez que se elevara el costo de la entrada.

Finalmente, escogimos Komo restaurante ya que este, al ofrecer un presupuesto con un costo menos elevado, ofrecía todas las especificaciones requeridas para la ejecución del evento. Para la propuesta, el restaurante nos presentó un menú que fue acorde para la realización de la cata de cerveza y vino. Además, en el espacio se contó con dos mesas de seis asientos, tres de cinco, una mesa de tres y dos mesas de cuatro. Contamos también con una barra amplia para el descorche de las botellas de cerveza, vino y ron. Además, el restaurante contaba con dos baños, y, como se mencionó anteriormente, por parte del equipo de Benditos Bok2 se facilitó un grupo de meseros que ayudó con la movilización de los platos y bebidas para la degustación. Asimismo, el restaurante proporcionó la ejecución de la comida para la degustación gastronómica. Adicionalmente, el equipo eligió dicha ubicación para la realización del evento en vista de que Las Mercedes es uno de los sitios más visitados y transitados por los habitantes de la ciudad debido al alto nivel de entretenimiento que se encuentra en una zona de fácil acceso.

COMITÉS DE TRABAJO

Durante la realización y pre producción de Benditos Bok2 se llevó a cabo la división de obligaciones y tareas de cada área. Como resultado se crearon distintos comités para formalizar los roles de trabajo en el proyecto:

- **Comité de finanzas: Valeria Suárez**

El departamento de finanzas se encargó de generar un presupuesto estimado con los costos de producción, y determinar por integrante gastos netos.

- **Comité de patrocinio y aliados: Andrés Gómez, Andrea Montrone y Valeria Suárez**

El departamento de Patrocinio y Aliados se encargó de mantener comunicación con los aliados y hacer un claro seguimiento a cada uno.

- **Comité de diseño y comunicaciones: Andrés Gómez, Valeria Suárez y Andrea Montrone**

El departamento de diseño y comunicaciones se encargó de crear una identidad gráfica a Benditos Bok2, junto a su cuenta de instagram, además de cumplir con lo establecido en cuanto a publicidad con los aliados.

- **Comité de producción y logística: Andrés Gómez, Andrea Montrone y Valeria Suárez.**

El departamento de logística y protocolo se encargó de realizar el cronograma del evento a la par de las tareas y protocolo del mismo. Entre ellos se tomó en cuenta los invitados, mesas, platillos, entre otros.

PRESENTADORES

Los ponentes encargados de dirigir el evento de Benditos Bok2, fueron Feliciano Salerno (Neurochef) y Anna Maria Tomassetti (Neurochef). Ambos ponentes representaron el apoyo comunicacional del evento de inicio a fin con interacción fluida y bidireccional con el público presente. Anna y Feliciano cuentan con diplomados pertenecientes a los Integrantes de la tribu de la Asociación Venezolana de Neurogastronomía; por otra parte, han manejado otras

aristas relacionadas a la gastronomía como es el caso del maridaje gastrosonoro, catas de vinos y el estudio de este, etc. **(ANEXO A)**

PATROCINIO Y PROVEEDORES

A causa de los objetivos planteados, el equipo de Benditos Bok2 realizó un estudio amplio en donde se buscó impulsar los sabores únicos para que la experiencia gastronómica fuera extraordinaria. Es por eso que en conjunto con los neuro chef's, se crearon tapas con el menú de nuestro proveedor de comida y espacio, el restaurante Komo, para que fueran acompañantes de los protagonistas del evento los cuales vendrían siendo la cerveza, el vino y el ron. Además de eso, los neuro gastrónomos incluyeron un factor sorpresa que fue el chocolate al 70% para realizar la degustación con el ron.

Por esta razón, se realizó un sondeo de las marcas venezolanas que cumplieran con las características de lo que se buscaba con la cerveza, el vino y el ron para la degustación. A la única a la que pudimos acceder para que fuera nuestro patrocinante fue la destilería Ron Veroes que nos ofrecieron tres (3) botellas de 700 mililitros puesto que este licor dispone de un sabor agradable, con una consistencia que se prolonga en el paladar. Además, este producto contiene ingredientes como frutos secos y notas de madera. Lo bueno de esta bebida es que es muy versátil y se puede utilizar en cócteles o a las rocas.

Paralelamente, para el chocolate se contactó a empresas venezolanas de chocolate que se encuentran en Caracas, siendo Mantuano Chocolate con la que establecimos comunicación; ellos nos ofrecieron cuatro tabletas de chocolate al 70% para la degustación.

Por otro lado, se contactaron patrocinadores para el área de la publicidad del evento. Para ello, empresas Bordcad nos ayudó con la parte textil de la experiencia. Ellos nos patrocinaron trece (13) franelas para todo el equipo de Benditos Bok2 y, además, nos proveyeron cuarenta (40) vendas que sirvieron para la experiencia de la cata.

De igual manera, se contó con el apoyo de Enpanitas, negocio alimenticio que está asociado a Alimentos la Artesana. Ellos aportaron una caja de agua y jugo, además de doce (12) tequeños con salsa para untar. Estos refrigerios se pidieron para que el equipo de Benditos Bok2 lo

consumiera en el post-evento.

Por estas razones, le damos las gracias por su gran colaboración, se convirtieron en un aporte importante para el desarrollo de lo que fue Benditos Bok2. **(ANEXO B)**

CARTA DE PATROCINIO

A todos los posibles patrocinadores se les hizo llegar una carta para la solicitud de su apoyo. En la misma se detalló con brevedad el evento y lo que se quería lograr con el mismo, además de incluir la hora, fecha, el aforo y la contribución que se necesitaba de cada empresa. Del mismo modo, se anexaba una presentación más detallada de la logística del evento. **(ANEXO C)**

BASE DE DATOS DE EMPRESAS PATROCINANTES

En el siguiente cuadro, se contemplan las empresas con las cuales se afianzó una colaboración en los recursos para la elaboración de Benditos Bok2. A cambio, a cada una de las empresas se les garantizó la exhibición de su marca a través de los materiales POP que estaban presentes en el evento y además de la publicidad digital en las redes sociales del proyecto.

PATROCINANTE	DESCRIPCIÓN	CONTACTO	PATROCINIO
Ron Veroes	Destilería de ron.	Correo: tubarraveroes@gmail.com	Tres botellas de Ron para los cocteles y la cata de ron con chocolates.
Bordcad	Empresa dedicada a la confección y bordado sobre	0414-0143-599 @bordcad	Uniforme para el equipo (trece franelas) y (cuarenta vendas) que

	materiales textiles.		los comensales utilizaron durante la experiencia.
Chocolate Mantuano	Fábrica y distribuidora nacional de chocolate.	Correo: infomantuanococolate@gmail.com	Cuatro tabletas de chocolate al 70% para la cata de chocolate con ron.
Enpanitas	Negocio alimenticio	0414-1340188	Una caja de agua y una caja de jugo, más doce (12) tequeños con salsa para untar.

BASE DE DATOS DE PATROCINIO SIN CONCRETAR

En este cuadro se presenta la información de las empresas que contactamos por el hecho de que el equipo quería tener presente su apoyo para la realización del evento. Sin embargo, no hubo ningún tipo de respuestas por parte de ellas.

EMPRESA	DESCRIPCIÓN	CONTACTO
Ron Santa Teresa	Productor de Ron.	@ronsantateresa

Yummy	Empresa nacional de delivery.	Instagram: @yummy.vzla/ Correo: mperez@pideyummy.com
Pedidos ya	Empresa nacional de delivery.	Instagram: @pedidosya.vzla

Pizpa	Restaurante de pizza	Instagram: @pizpafun
Covas	Marca de ropa	Correo: info@covasve.com
Polar	Empresas de alimentos y cervecería	Instagram: @empresaspolar
Agua Loca	Distribuidor de licor	Instagram: @agualoca_f
El Cine	Restaurante de comida	Instagram: @cinerestaurant / Teléfono: 0414-3057-121
Lola	Restaurante de comida.	Instagram: @lolacaracas

Bone Restaurante	Restaurante de comida.	Instagram: @bone.restaurante
Moreno Restaurante	Restaurante de comida.	Instagram:victormorenoc / Correo: victorcocinero@hotmail.com
La Gallinita	Restaurante de comida.	Contacto presencial.
La Praline	Empresa de chocolate artesanal	Correo: info@lapraline.com

Pan de tata	Fábrica de pan	Correo: info@pandetata.com
Vinos Vigna Rosa	Empresa de vinos y procesos	Correo: info@vignarosa.com
360	Restaurante bar lounge	Instagram: @360caracas

PROVEEDORES

Se firmó un contrato con el restaurante **Komo** con la finalidad de dejar constancia del acuerdo al que se llegó entre ambas partes, considerando que por la suma de 710\$ (setecientos diez dólares), se podría hacer uso del local y sus servicios. Además, para poder llevara cabo el evento, se contactaron a distintas empresas que ayudaron con los productos faltantes para realización de la degustación, como el vino, la cerveza, las impresiones y el material P.O.P **(ANEXO D)**

PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	CONTACTO	INSUMO
Restaurante Komo	Restaurante de sushi.	0414-2554-533	Servicio del local donde se llevó a cabo el evento.

PRESUPUESTO

DESCRIPCIÓN	DETALLE	MONTO	OBSERVACIÓN
Restaurante Komo	Alquiler del lugar, alquiler de la comida, servicio de descorche y servicio	\$710	Pago realizado por la totalidad de la venta de entradas del evento.
Neuro-chef 1	Servicio de neurogastronomía	\$100	Cancelados por la venta de entradas del evento.

Neuro-chef 2	Servicio de neurogastronomía	\$100	Cancelados por la venta de entradas del evento.
Ron Veroes	Tres botellas de ron.	-	Patrocinado.
Material POP	13 Franelas y 40 vendas	-	Patrocinado
Chocolate Mantuano	Cuatro tabletas de chocolate	-	Patrocinado
Vinos	6 botellas de vino, marca: Cousino Don Luis Merlot	\$66	Pago realizado por los integrantes del equipo.

Agua mineral	50 botellas de 355ml	\$18	Pago realizado por los integrantes del equipo.
Cerveza	1 caja de cerveza Polar	\$18	Pago realizado por los integrantes del equipo.
Refrigerio	1 bandeja para 12 personas de tequeños más dos salsas.	-	Patrocinado
Equipo de sonido	2 micrófonos, cornetas	-	Local
Obsequio a los invitados	Bombones	\$54	Pago por los integrantes del equipo.

Impresiones	45 individuales, 45 trípticos, 15 menú, 37 identificadores.	\$24	Pago realizado por los integrantes del equipo.
Pendón	Impresión	\$20	Pago realizado por los integrantes del equipo

Extra	Papel Toalet, servilletas, bolsa negra, antibacterial, lápices, hierba buena, limón, plásticos y palitos mondadientes.	\$3.5	Pago realizado por los integrantes del equipo.
--------------	--	-------	--

VENTA DE ENTRADAS

Para establecer el precio de las entradas de la cata, se tuvo en consideración el aforo del restaurante que fue de treinta y siete (37) puestos, el precio del local y lo que incluían sus servicios (comida, descorche, mesoneros, etc.), el público objetivo y su posibilidad económica.

Para dar a conocer el evento, se creó una cuenta en la red social Instagram con el usuario de @benditosbok2, en la cual se expuso el proceso de venta y métodos de pago de la entrada (zelle, transferencia y efectivo), las empresas patrocinantes, y los detalles del evento, tales como información sobre los ponentes, los estudiantes, fecha, lugar, etc. A su vez, en la biografía del perfil de la red social mencionada, se colocó un link que llevaba al público a un Google Forms al que debía acceder cada persona para reservar su puesto y registrar su pago. En el caso de las transferencias y pagos con Zelle, se debía tomar un "Screeshot" también conocido como captura de pantalla, de la transacción realizada y adjuntarla en la página; así como también, en el caso del efectivo, debía tomarse una foto que sustente la existencia y el estado de los billetes. Las personas tenían un tiempo límite para de realizar su pago de hasta máximo un día antes del evento, a excepción de aquellas personas que fuesen a pagar en efectivo.

La entrada tuvo un costo de treinta dólares (30 USD) por persona, y de veinticinco dólares (25 USD) si esta iba en pareja. **(ANEXO E)**

RELACIÓN CON LA FUNDACIÓN CUENTO CONTIGO

La idea de la realización de la tesis por parte del grupo mantuvo en primera instancia ser un evento pro fondo. De esta iniciativa se consiguió a la Fundación Cuento Contigo, con la cual se llegaron a ejercer primeras reuniones con grandes ambiciones de ideas y ejecuciones para su realización.

Ya en últimas instancias, la fundación decidió tomar otro camino y abandonar el evento gastronómico.

LOGÍSTICA Y PLANIFICACIÓN

Durante el transcurso y desarrollo de Benditos Bok2 se tomaron en cuenta distintos aspectos para su realización y planificación. Entre estos aspectos necesarios y de primera instancia, se contó con un equipo de mesoneros, un equipo audiovisual, de sonido y los obsequios destinados al público y jurado.

EQUIPO AUDIOVISUAL Y DE SONIDO

El equipo de audiovisual que se obtuvo por el evento estuvo compuesto por: Robinson Mayo y Fernando Briceño. Ellos fueron parte del staff de fotografía del proyecto. Por otra parte, el equipo de sonido de Benditos Bok2 estuvo liderado por: Feliciano Salerno y Andrés Gómez. Ellos representaron la ejecución de la música de ambiente que se presentó en la entrada, la degustación y salida del evento.

OBSEQUIOS A LOS INVITADOS

El equipo de Benditos Bok2 obsequió distintos presentes al jurado, tutor, ponentes e invitados, en la entrada, se dió entrega de un cóctel de bienvenida y un tríptico en el que se expuso información general sobre la neurogastronomía, los integrantes de la tesis, patrocinadores, ponentes e itinerario. Así como también, al finalizar, se otorgó a cada invitado un paquete pequeño sellado con una etiqueta del evento, el cual contenía dos bombones rellenos de ron, crema de limón y crema de avellana. Cabe acotar que las personas podían llevarse las vendas, el menú o el individual durante la dinámica.

(ANEXO F)

EXPERIENCIA NEUROGASTRONÓMICA

"Neurogastronomía" es un término que comenzó a emplearse por Gordon M. Shepard, un neurocientífico americano que profundizó sus estudios en cómo las neuronas se organizan en microcircuitos para proveer la información que recolectan al sistema nervioso central. Fue a

raíz de estos estudios que posteriormente conceptualizó los principios de la neurogastronomía y se distinguió por su trabajo. Estos principios fueron expuestos en el libro: "***El Origen del Gusto***".

La neurogastronomía es una disciplina que estudia la creación, función y reacción del cerebro frente a la percepción del gusto, y cómo esto se desenvuelve en la cultura del hombre. Se enfoca en la manera en la que las neuronas funcionan frente a la comida o al acto de comer, es decir, hace referencia al sentido retronasal del olfato, proceso que se lleva a cabo al inhalar el olor que destila la comida o al masticarla, ya que en ese momento se sueltan una serie de pequeños olores emitidos por la comida en el proceso de la masticación y son recibidos por la parte posterior de la boca.

Al ser recibida, esta información se transmite directamente al cerebro y es allí cuando se reconstruye un sabor. A su vez, a esto se le añade la memoria y el aspecto emocional. La mayoría de las personas asocia un determinado sabor con la sensación que sintieron la primera vez, y es en todo este proceso donde entra la gastronomía.

Esta disciplina no solo trae a colación el aspecto neurológico si no que, por el contrario, realza el proceso y la percepción que surge en función de la comida con otros elementos como el entorno, el estado anímico, expectativas, la memoria, etc. La neurogastronomía resalta verdaderamente el comer, con la creación de una experiencia sensorial en donde cuerpo y mente se vuelven uno. **(ANEXO G)**

PROGRAMA DEL EVENTO

HORA	ETAPA	DESCRIPCIÓN	COMENTARIOS
<p>6:00 P.M. – 7:00 P.M.</p>	<p>ENTRADA</p>	<p>A las 6 se abrirán las puertas para que el público ingrese al local.</p> <p>Para ambientar, se colocará música mientras se da inicio al evento.</p> <p>En la puerta estará Andreina verificando el registro de las personas y encargándose de las medidas de bioseguridad.</p> <p>1.1. A medida que las personas vayan llegando, dos mesoneros harán entrega del cóctel y otros dos harán entrega del tríptico.</p> <p>1.2. Se le hará entrega del pasapalo a cada invitado (dos croquetas p/p) a partir de las 6:15 hasta llenar el aforo de personas.</p>	<p>Los meseros en ese tiempo pueden ir indicándoles a las personas sus asientos</p>
<p>6:45 P.M. – 7:00 P.M.</p>	<p>PALABRAS</p>	<p>Palabras de bienvenida de los tesistas (Andrés, Valeria y Andrea) y de los ponentes (Anna y Feliciano).</p>	<p>No extenderse</p>

(7:00 P.M. – 7:30 P.M.)	PARTE I. - BENDITA CERVEZA	<p>3.1. Ya con las personas en su lugar, los neuros dan una introducción sobre la primera cata.</p> <p>3.2. Los meseros le indican a las personas que se coloquen las vendas que estarán al frente del mantel.</p> <p>3.3. Mientras los neuros explican de qué va a tratar esta primera parte de la cata, se van a ir colocando los dos vasos de cerveza (una fría y otra templada).</p> <p>Luego de la degustación, se hará una ronda de intercambio de opiniones con respecto a lo que pasó.</p> <p>Los neuros explicarán los ingredientes de la cerveza.</p>	Los meseros deben presentarse a su mesa y ponerse a la orden. Durante toda la experiencia los meseros deben estar al lado de su mesa.
(7:40 P.M. – 8:10 P.M.)	PARTE II. - BENDITO VINO	<p>4.1. Cata organoléptica.</p> <p>4.2. Degustación de la primera tapa (2SLIDE DE KOMO PIZZA) (Música: My Cherie Amour-Rod Stewart).</p> <p>4.3. Primera parte de la historia (Anna) y la seda. (Música: Tahro-Astor Piazzola)</p> <p>4.4. Degustación de la segunda tapa (2 ROLL ALASKA) + cata de vino.</p> <p>4.5. Segunda parte de la historia (Anna) y la lija más el antifaz. (Música: Whole Lotta Love-Led Zepellin)</p>	La música debe ir al ritmo de la historia.

<p>(8:10 P.M. – 8:25 P.M.)</p>	<p>PARTE III./CIERRE - CHOCO-RON</p>	<p>4.6. Degustación de la tercera tapa (2 COQUITOS DE SALMÓN) + cata de vino.</p> <p>Para finalizar, se realizará una degustación de Ron con un cuadrito de chocolate.</p> <p>Nuevamente las personas deberán colocarse las vendas. (Música: We are the champion)</p>	<p>Dar unas palabras finales de agradecimiento.</p>
---	---	--	--

MENÚ

Para el menú se trabajó junto con los neuro gastrónomos para la elección de las tapas para la cata gastronómica. Como el restaurante es de comida japonesa, se construyó una carta en base a esos platos para que los sabores estén acordes a la degustación de la cerveza, el vino y el ron. El menú fue el siguiente:

- Etapa I: coctel de mojito con base de ron, más dos croquetas por persona y la degustación de la Bendita Cerveza.
- Etapa II: mini pizzas de salmón, roll alaska, coquitos de atún, más la degustación de Bendito Vino.
- Etapa III: degustación de chocolate Mantuano junto con un shot de Ron Veroes.

IDENTIDAD GRÁFICA



PALETA DE COLORES/PANTONE

La identidad gráfica de Benditos Bok2, como puede verse, es simple y sobria. La marca busca reflejar transparencia, cercanía, limpieza y elegancia, así como también quiere exhibirse como exótica y causar impacto en el público; de acuerdo a estos principios se eligió la paleta de colores y las formas e iconos a utilizar. Los colores afectan de diferentes maneras al ser humano, generando sensaciones de las cuales las personas no son conscientes y llegando a influir directamente en la percepción de la experiencia, así como creando expectativas de cómo un alimento puede llegar a oler o saber, debido a que la visión del ser humano hacia la comida enciende las neuronas en el hipotálamo. En razón de lo anteriormente mencionado, el equipo de Benditos Bok2 decidió escoger tres colores para representar la marca: negro, rojo y beige:

- El negro: simboliza autoridad, prestigio, poder, elegancia, formalidad y misterio. Este color se utiliza mayormente para dar contraste y matizar la intensidad de los colores

acompañantes.

- El rojo: es un color cálido, caracterizado por el protagonismo que tiene en la gastronomía; posee una electricidad que excita el sabor y el apetito. Si este color es usado bajo unas tonalidades equilibradas, no llega a ser irritante y repulsivo a la vista como podría ser el caso del amarillo, el verde o el naranja. Cabe destacar que, desde los inicios de la humanidad, la dieta del hombre se ha basado en la sangre, es por ello que las tonalidades rojas propician un "festín de la comida". Tanto este color, como aquellos que derivan de él, generan en el organismo una memoria de esa historia de la humanidad pasada, trayendo al inconsciente de la mente los ritos, la caza y la pesca de la prehistoria, los cuales están vestidos de este color. A nivel emocional causa gran intensidad, y físicamente influye mejorando el metabolismo, aumentando el ritmo respiratorio y elevando la presión sanguínea.
- El beige: evoca sobriedad, elegancia, simplicidad y lo acogedor. Es un color derivado del blanco por lo que es utilizado generalmente como base o complemento debido a que su tonalidad neutral le permite moldearse constantemente; por otra parte estas tonalidades se adecuan a las nuevas tendencias y estilos representando pureza, limpieza y belleza.

PALETA DE COLORES



#FF1616



#F2EDDB



#000000

TIPOGRAFÍA

Para llevar a cabo la elección de la tipografía se tuvo en cuenta: el público objetivo; el fin

comunicativo, que en caso del evento fue promocionar; la cantidad de texto a utilizar (a medida que se use más texto, la letra debe ser más comprensible y sencilla para que pueda leerse con facilidad); y por último la estética de las tipografías, si estas en conjunto se veían bien entre sí y se adecuaban al lenguaje de la marca. Por otra parte, debía expresar sobriedad, cercanía y sencillez, pero a su vez, ser llamativa. "LOVELO" fue la tipografía final principal escogida; su forma no solo cumple con los puntos anteriormente descritos sino que su característica redonda transmite una sensación de calidez y seguridad. Se usaron dos estilos, uno para títulos y otro para textos secundarios, sin embargo, en el logo, para la palabra "Benditos", se utilizó una tipografía extra.

TIPOGRAFÍA

**PARA TÍTULOS
Y LA PALABRA:
BOK2
LOVELO**

Para textos
secundarios:
HK Grotesk LIGHT
HK Grotesk bold

**Para la palabra
"Benditos":
Montserrat
Semi-Bold**

FIGURAS E ÍCONOS

En razón de que se buscaba sobriedad pero al mismo tiempo prestigio y cercanía, se eligieron las líneas curvas como representación de la línea gráfica de Instagram. En este tipo de forma se conectan de cierta manera dos puntos, y el programa del evento buscaba conectar historias, sensaciones, conceptos, y de principio a fin una narrativa. Las curvas son impredecibles y misteriosas, porque a veces se le imposibilita al que la transita u observa ver cuál es el final, característica que buscaba Benditos Bok2 no solo al hacer su lanzamiento, sino también dentro del recorrido del evento. Por otra parte, son fluidas pero también dramáticas y llenas de energía, en el caso de las curvas con grandes variaciones o puntos altos y bajos. Esta cualidad describe perfectamente el viaje de emociones, por el que pasaron los comensales al inmiscuirse en la experiencia.

Ahora bien, en el logo, a pesar de que las letras obedecían a este orden curvilíneo, se utilizaron por el contrario líneas rectas las cuales al ser finas, horizontales, rotas y tanto largas como cortas, expresaban distintas polaridades: discontinuidad y movimiento, simplicidad, delicadeza, calma y estabilidad, así como también vivacidad y elegancia. **(ANEXO H)**

BUYER PERSONA

En razón de que Benditos Bok2 abarcó un público amplio de edades, se puede hablar de dos buyer persona:

- Alejandra. Joven de veintiún (21) años, estudiante promedio de Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello. Reside en Caracas en un apartamento en Manzanaras. Vive con sus padres y trabaja medio tiempo en una agencia de publicidad. Es una persona sociable, que tiene una interacción activa en redes sociales y le gusta compartir constantemente espacios de su vida cotidiana por esos medios. Le gusta el cine, la moda, la fotografía y la gastronomía, temas que consume diariamente en sus redes sociales. En sus tiempos libres le gusta salir con sus amigos, ir a la playa y cocinar recetas nuevas para subirlas en una cuenta de instagram que tiene solo para eso. Le encanta probar cosas nuevas, no duda en tomar retos; es una persona sencilla y fresca.
- Felipe. Hombre de 50 años. Casado con dos hijas, una de catorce (14) y otra de veintidós (22) años. Reside en Caracas en un apartamento en el Cafetal. Estudió derecho en la UCAB. Trabaja en una agencia de seguros automovilísticos. En su matrimonio, él es el que cocina todas las comidas. Le gusta pasar tiempo con su familia y nutrirse de nuevos conocimientos. Todas las mañanas revisa su celular para mantenerse informado. Es una persona "llevadera" pero a su vez determinada y enfocada. Le gusta mantenerse activo físicamente y cultivar sus amistades.

SLOGAN

"Degusta cada bocado", fue el slogan elegido para expresar de manera resumida una de las ideas principales del evento. En pocas palabras, se quiso destacar el objetivo del proyecto resaltando frente a la competencia, una información que fuese precisa, clara, fácil de recordar y tuviese un toque diferente.

Para desarrollar esta frase se tuvo en cuenta diversos factores como: el objetivo del proyecto, buyer persona y nombre final del evento. Este fue creado al mismo tiempo que *"Benditos Bok2"*. El proceso creativo de esta parte del proyecto, no fue complicado ni denso, debido a que se quiso apuntar a una frase que, como se dijo anteriormente, fuese sencilla y fácil de recordar.

LOGOTIPO

Para llevar a cabo la creación del logotipo, se tuvieron en cuenta cuatro puntos: los valores del evento, público al que iba dirigido, la competencia y la imagen que se quería transmitir. En lo que respecta a los valores, se sostuvo que estos debían ser: transparencia, honestidad, puntualidad, adaptabilidad, constancia, justicia y cercanía, lo cuales debían verse reflejados no solo en la identidad gráfica sino también en la presencialidad. En el transcurso del evento estos fueron la base y la guía del programa.

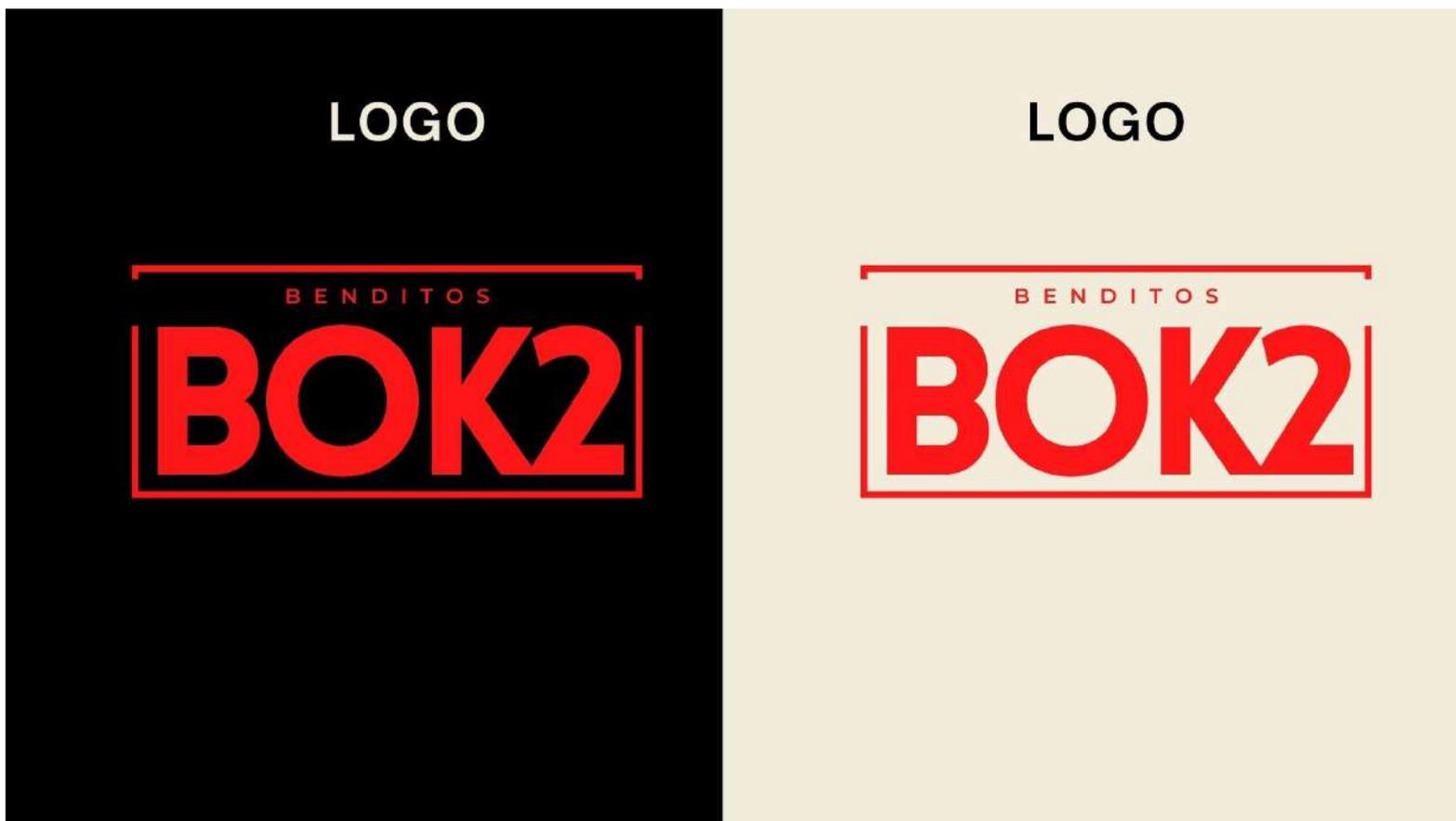
El público objetivo fueron hombres y mujeres de veinte (20) a ochenta y cinco (85) años, residentes en Caracas, Venezuela (si eran extranjeros o del interior del país, debían mantenerse por tiempo moderadamente prolongado en la capital), con un nivel de educación alto, un poder adquisitivo intermedio o alto, y ser personas independientes pero que disfrutaban de la buena compañía y buscan entretenerse y aprender cosas nuevas.

Ahora bien, cabe destacar que en Caracas se han hecho recurrentes en el último año, diversos tipos de catas (vinos, chocolate, pizza, vodka, ron, etc.), y aunque todas poseen una base similar en cuanto a logística, información y a su vez, coinciden en algunos elementos en cuanto a la identidad gráfica, Benditos Bok2 hasta ahora ha sido la única cata en el país en englobar y juntar diversas experiencias: cata a ciegas de vino, cerveza, chocolate, sushi, ron y a su vez, guiada en base a una historia. En razón de esto, el logo debía ser algo llamativo pero fácil de recordar y de pronunciar. Existe un dicho muy renombrado y utilizado por la generación Baby Boom y la Generación X que dice: "Poquito, porque es bendito", haciendo alusión a que cuando se come lo justo, hay que disfrutarlo porque no existe la oportunidad de una segunda vez. De esta manera, haciendo el desglose de la actividad que se iba a llevar a cabo, se llegó a

la conclusión de que al no ser platos grandes sino bocados, podía hacerse esta similitud con el dicho. Posteriormente, mediante una lluvia de ideas se creó con la palabra "bocados", un juego de palabras para que el nombre sonara más divertido y jocoso.

Tomando en consideración el significado de los colores mencionados anteriormente, el evento buscaba transmitir una mezcla de sensaciones en su público: por un lado prestigio, poder, elegancia, formalidad y misterio, pero por otro, transparencia, familiaridad y confianza.

Todos estos puntos entremezclados dieron como resultado:



EVENTO

Benditos Bok2 se llevó a cabo el día jueves 02 de junio del año 2022 en el restaurante Komo, dentro de las instalaciones del trasnocho cultural en Paseo Las Mercedes.

El equipo de Benditos Bok2 pautó dos días previos al evento para realizar un ensayo del paso a paso con todos los partícipes, entre estos contamos con personal del restaurante, mesoneros y

neurochefs. Además de realizar la organización específica de sillas y mesas para su visualización.

Ya durante el día del evento se marcó llegar al lugar a las 3:00 p.m. para realizar el montaje de todos los muebles, equipo de sonido, material POP y demás materiales necesarios en la cocina del restaurante.

Se estableció con los mesoneros para que llegaran a las 4:00 p.m. vestidos completamente de negro y así recibir todo su material a necesitar, entre ellos una camisa negra con el logo de Benditos Bok2, lija y seda para el público.

Previo al inicio del evento se recibió a los comensales con cocteles de bienvenida y dos (2) croquetas de degustación. En la entrada los recibió un host que tachó su nombre de lista y los asignaba con su mesero electo de cada mesa.

El evento tuvo su comienzo oficial a las 7:15 p.m. con una bienvenida por parte de los tesistas, facilitando el micrófono y así la tutela a los ponentes del evento. Comenzó con bendita cerveza, pasó a bendito vino y finalizó con bendito ron, de ese modo se ejecutó cada fase de la degustación. El evento tuvo fin a las 8:30 p.m. con palabras finales de los ponentes y tesistas.

POST EVENTO

Para el evento de Benditos Bok2 asistieron un total de cuarenta (40) personas. Por lo tanto, se realizó una encuesta por Google Forms para conocer detalladamente el grado de aceptación del evento y también conocer los aspectos que menos gustaron.

PARTICIPACIÓN

La participación de Benditos Bok2 fue principalmente familiares y amigos cercanos de los integrantes del grupo. Al evento asistieron un total de cuarenta (40) personas, las cuales fueron registradas en una lista que se realizó para llevar un control del aforo que ingresaba al restaurante. Además, dentro de la totalidad de personas, se ofrecieron cinco (5) entradas de cortesía; de las cuales tres de ellas, fueron dadas al equipo de jurados de la universidad y el

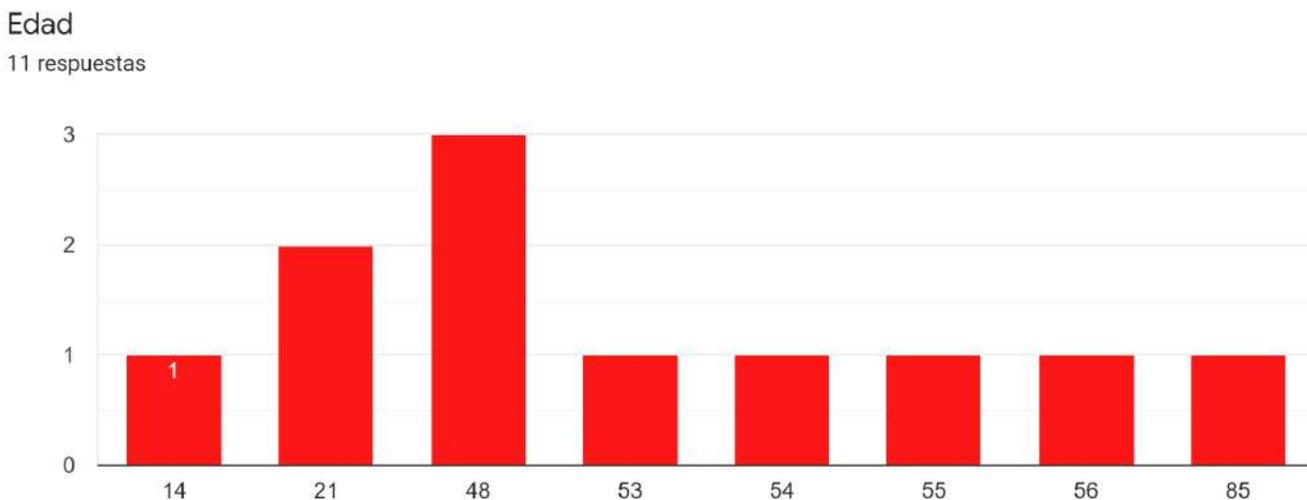
tutor del equipo. Las otras dos, fueron entregadas a los dos neuro chefs, que fueron los ponentes del evento.

El equipo de Benditos Bok2 quiso mantener cierta exclusividad entre la venta de entradas y la participación de las personas. Por otro lado, el espacio en donde se realizó el evento limitaba un poco, es por esta razón que se limitó la cantidad del aforo. Es por este motivo que se decidió no implementar una gira de medios para la publicidad del evento, por el hecho de que la información fue dirigida a un determinado público objetivo previamente planificado.

EVALUACIÓN DE RESULTADOS

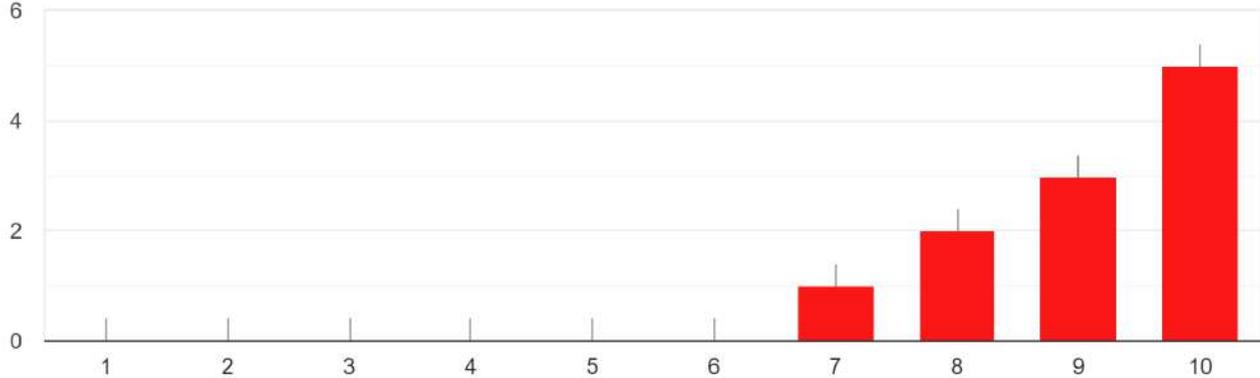
A las cuarenta personas se les envió por correo electrónico una encuesta creada en Google Forms con la finalidad de conseguir la opinión de los participantes sobre la experiencia vivida en el evento de Benditos Bok2 y corroborar que los objetivos se hayan logrado.

A continuación, se anexan los gráficos de la encuesta.



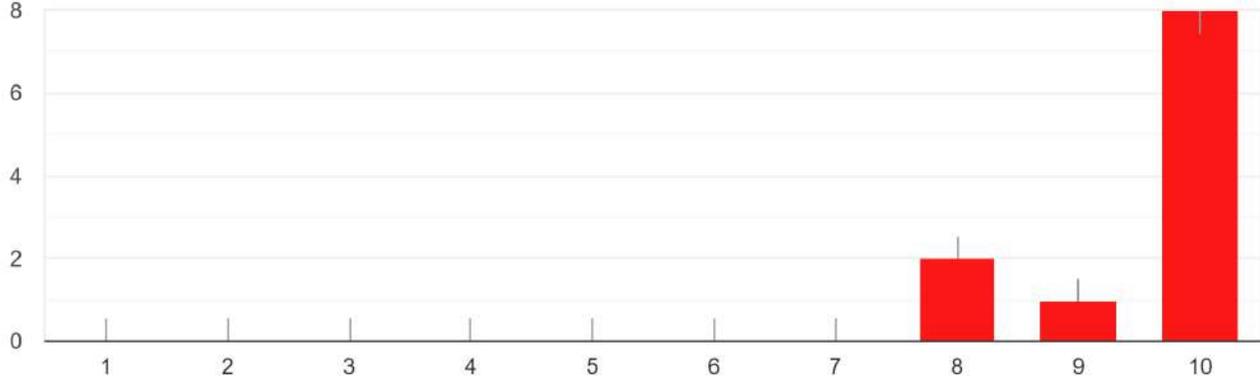
Califica del 1 al 10 (siendo 1 la menor puntuación y 10 la mayor) el espacio donde se realizó el evento.

11 respuestas



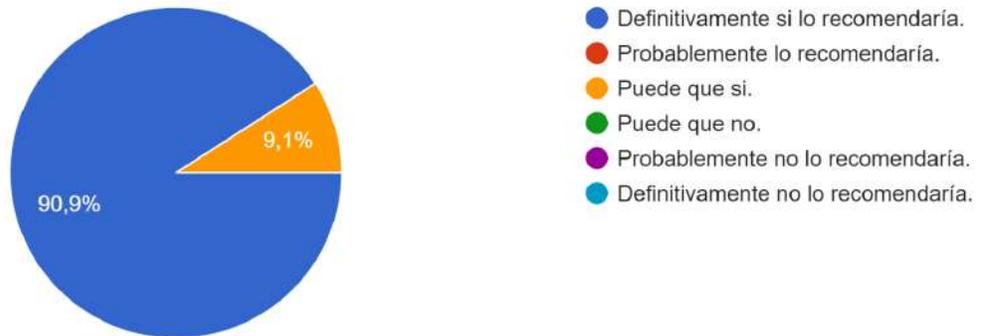
Califica del 1 al 10 (siendo 1 la menor puntuación y 10 la mayor) la organización del evento.

11 respuestas



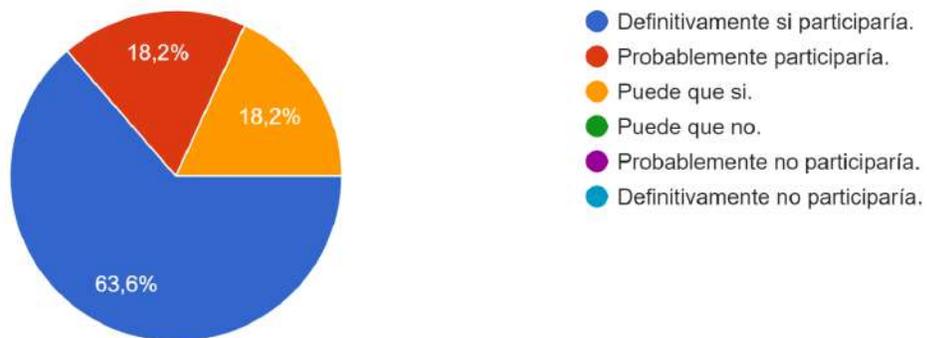
Recomendarías la experiencia de Benditos Bok2 a tus amigos y familiares

11 respuestas



¿Te gustaría participar en una 2da edición de Benditos Bok2?

11 respuestas



CONCLUSIÓN

Tomando como punto de partida los resultados obtenidos en la encuesta final anexada anteriormente de google forms, puede concluirse que el resultado fue exitoso, sin embargo, cabe destacar algunas fallas que se deben tomar en cuenta para futuros proyectos.

En lo que respecta a la valoración del evento por parte del público, puede verse que fue completamente positiva, sin embargo, hubo algunas personas que calificaron en menor medida el lugar escogido y la organización del evento, características que pueden deberse: al discurso final del evento, al cual se recibieron posteriormente comentarios acerca de que fue muy extenso, la fluidez, volumen de la música, debido a que las cornetas no tenían un sonido nítido y

por otra parte puede haberse atribuido al tamaño del espacio del local.

En cuanto a la parte interna del proceso, se puede agregar que fue igualmente exitosa, sin embargo, hubo una falla en cuanto al cálculo de la finanzas debido a que las ganancias obtenidas no cubrieron todos los gastos generales. No obstante, todo se llevó a cabo tal como se planteó desde un principio y se cumplieron los objetivos deseados en cuanto al fondo del evento.

Por otra parte, se debe traer a colación la crisis económica del país la cual se vio reflejada al momento de la venta de las entradas. Muchas de las personas a las cuales se les hizo publicidad oral o por vía WhatsApp, negaron que podían asistir por motivos económicos. Sin embargo, a pesar de este reto, se pudo llenar con éxito el local y tener una receptividad positiva por parte del público.

Benditos Boka2 logró llevarse a cabo gracias a las alianzas alcanzadas y la experiencia compartida de la producción del equipo. Este evento es una prueba fehaciente de que a pesar de que muchas puertas se cierran al principio de un proyecto y todo el panorama parezca completamente imposible, el objetivo siempre con disciplina, trabajo, organización y entusiasmo, puede lograrse.

RECOMENDACIONES

Para la realización de una producción de un evento, lo primero que se debe de hacer para iniciar con la ejecución del proyecto, es tener varias reuniones iniciales en donde se realice lleve a cabo una lluvia de ideas para tener en claro que es lo que se va a concretar.

Se deben tomar en cuenta distintos aspectos como establecer los costos de los servicios estimados para realizar un presupuesto previo agregando lo que se quiera abarcar para la ejecución del mismo. Ya teniendo esta fase dominada, se debe seguir con la siguiente fase de la pre-producción.

Se prosigue con la creación de cartas para luego enviarlas a los posibles patrocinadores o emprendedores que quieran ser parte del proyecto.

Paralelamente, tratar de conseguir la mayor cantidad de colaboraciones, ya sea en amigos o en familiares que tengan fácil acceso a contactos por las redes sociales y así ayuden a promover el evento.

Acordar negociaciones con los proveedores para que su servicio tenga un buen acabado a la hora del evento, (presupuesto, hora de llegada y salida y pagos).

Aconsejamos siempre trabajar con buena aptitud y tener compromiso para que al final se cumplan los objetivos planteados.

Por último, queremos proponerle a la Universidad Monteávila crear materias prácticas o asesorías sobre el área de producción de eventos para los estudiantes de Comunicación Social.

GLOSARIO

Whatsapp: Es una aplicación de mensajería instantánea empleada para enviar y recibir mensajes para dispositivos móviles. Esta puede ser utilizada en computadoras y tablets, así como también en la misma se pueden enviar y recibir videos y fotos.

Lluvia de Ideas: Es una forma de organizar el surgimiento de ideas frente a una problemática determinada.

Flyer: También conocidos como “volantes” o “folletos”; es un papel alargado de pequeñas dimensiones y gramajes reducidos, que se usa para difundir una información de carácter

publicitaria sobre un determinado productos, servicios, evento, persona, etc.

Gastronomía: Disciplina que estudia el comportamiento y relación de las personas frente a la comida y su entorno.

Google Forms: Es un software de administración de encuestas que forma parte del paquete de Google Docs Editors. Se utiliza para recolectar información sobre un determinado tema.

Organoléptica: Aquello que se percibe por los órganos de los sentidos y produce una impresión sensorial.

Cata: Apreciación de un alimento o bebida con el fin de calificarlo o describirlo.

Neurogastronomía: Disciplina que estudia la percepción del hombre frente al sabor y cómo esto genera un impacto en la cognición y la memoria.

Experiencia: Conocimientos sobre uno o varios temas, los cuales se adquieren al haber realizado o experimentado tal actividad durante un período de tiempo.

Mesero: Persona encargada de atender a los clientes de un establecimiento determinado. Es también conocido como camarero, mozo, mesero o garzón.

Evento: Acontecimiento o suceso de importancia que se encontraba previamente programado.

Estrategia: Conjunto de acciones previamente estudiadas y meditadas con rigurosidad para alcanzar un fin determinado.

Cerveza: Bebida alcohólica que no está destilada y posee un sabor amargo. Se compone de granos de cebada germinados u otros cereales.

Ron: Es una bebida alcohólica fabricada a partir de la fermentación y destilación de la melaza o el jugo de la caña de azúcar.

Vino: Bebida alcohólica, elaborada a raíz de la fermentación del zumo de la uva.

Neurogastrónomo: Especialista en neurogastronomía.

Restaurante: Establecimiento dispuesto para la preparación y servicio de comidas.

ANEXOS

Anexo A: presentadores (Anna María Tommasetti y Feliciano Salerno).



Anexo B: patrocinio y proveedores.

- Ron Veroes.



- Ron Veroes y Mantuano Chocolate.



- Mantuano Chocolate.



- Bordcad



Anexo C: carta para los patrocinantes.

Caracas, Mayo 2022

Estimados Señores.

Ante todo reciban un cordial saludo en nombre de Valeria Suárez, Andrés Gómez y Andrea Montrone, estudiantes de 8avo semestre de Comunicación Social de la Universidad Monteavila. Nos dirigimos a ustedes respetuosamente con el fin de solicitarles su apoyo para nuestra tesis de grado, la cual se basa en un evento pro-fondo para la fundación Cuento Contigo en donde realizaremos una Cata Neuro Sensorial Gastronómica en la que los comensales degustarán los alimentos.

La fecha estimada para el evento es el jueves 2 de junio del presente año, con una participación aproximada de entre 30 y 40 personas. Para el evento procuraremos elementos tales como; locación, montaje (sonido, iluminación, etc.), chefs, mesas y sillas, alimentos, bebidas, entre otros.

Los contactamos puesto que estamos en proceso de convocar y reunir a empresas que deseen patrocinar o ayudar ya sea a nuestro evento o a la fundación por la que estamos realizando dicho proyecto. Debido a que la finalidad de nuestra recaudación es poder sumarnos a la ayuda para la ejecución de los programas de salud y alimentación que van dirigidos a los niños, niñas, adolescentes, adultos y ancianos, y que dicha fundación, pueda llevar a cabo proyectos de fortalecimiento para que se logre recuperar su calidad de vida.

Es por este motivo que acudimos a ustedes por lo siguiente; si entra en sus posibilidades, lleguen a ayudar a estas personas que más lo necesitan por las adversidades que pasan día a día. De la misma forma queremos preguntarles si es factible la donación e inversión de cincuenta (50) botellas de agua y cuatro (4) botellas de vino tinto de la misma cepa cada uno. El rol que tendrá su marca en el evento será en toda la cana neurosensorial, debido a que el vino formará parte de todas las degustaciones. Y el agua servirá como un complemento para limpiar el área del gusto de cada persona.

Por otro lado también queremos pedirles el favor de facilitarnos quinientos gramos de los ingredientes de la cerveza; que serían, malta, agua, lúpulo y levadura. Estos ingredientes serán usados para el mismo juego, con estos las personas sentirán los olores para que así viajen a través de las distintas fragancias y obtengan recuerdos de ellas.

La presencia de su marca se verá representada en los diversos medios de promoción y durante el evento. Esperamos poder contar con su valiosa participación y quedamos a la espera de su pronta respuesta.

Atentamente,

Valeria Suárez, Andrés Gómez y Andrea Montrone - Universidad Monteávila.

0424.169.9008 - Valeria Suárez // @benditosboca2 @fcuentocontigo

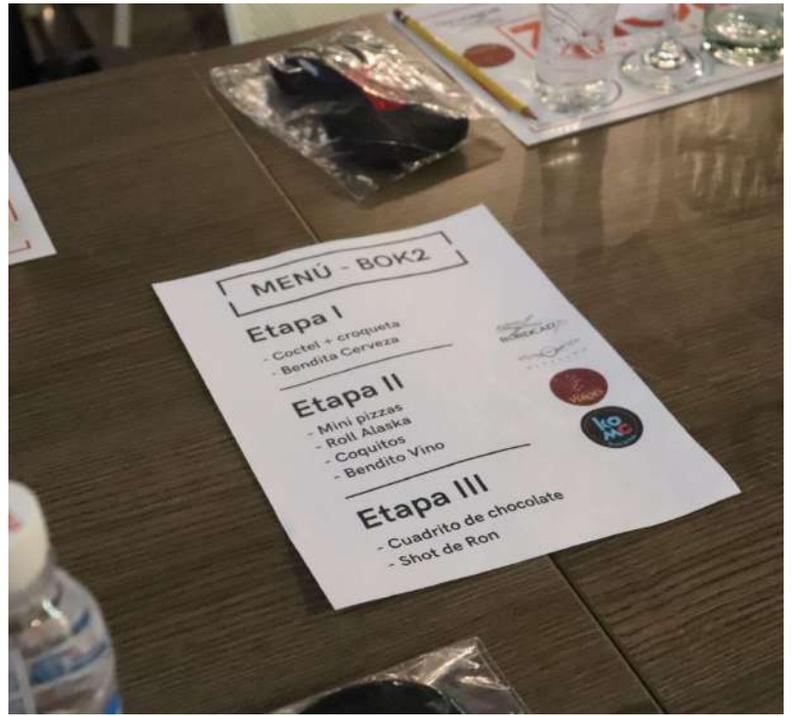
- Pendón



- Individuales, menú, identificadores y tríptico.







- Restaurante Komo (proveedor)





Anexo E: venta de entradas.



Bienvenidos a Benditos Bok2 - Evento Gastronómico.

Cata Neuro Sensorial Gastronómica. Evento para tesis de grado de alumnos de Comunicación Social de la Universidad Monteávila.

- Fecha: 02 de junio de 2022
- Lugar: Komo Caracas - Paseo las Mercedes, en el nivel de Trasncho Cultural.
- Hora de apertura: 6:00 p.m. a 7:00 p.m.
- Hora del evento: 7:00 p.m. (El evento comenzará puntual, por favor evitar llegar tarde para no interrumpir).
- Evento únicamente para mayores de 18 años.
- EL USO DE LA MASCARILLA ES OBLIGATORIO.

Nombre y apellido *

Tu respuesta

Nombre y apellido del acompañante (solo si la entrada es en pareja)

Tu respuesta

Correo electrónico *

Tu respuesta

Número de teléfono *

Tu respuesta

[Siguiente](#)

[Borrar formulario](#)

Adquiere tú entrada

Métodos de pago (ADJUNTAR EL COMPROBANTE SEGÚN SEA TU FORMA DE PAGO)

-Pago Móvil (A LA TASA DEL DÍA DEL BCV): Banco: Mercantil / 0424-1699008 / V-29.678.800

-Zelle: suarezjuan235@gmail.com / Juan Suárez

-Efectivo: Llamar a: 0424-1699008 (se agradece que sea el monto exacto).

COSTO DE LA ENTRADA

- 30\$ la entrada individual.

- 50\$ la entrada por pareja.

PAGO MÓVIL (comprobante de pago)

 [Añadir archivo](#)

ZELLE (comprobante de pago)

 [Añadir archivo](#)

EFFECTIVO (comprobante del dinero)

 [Añadir archivo](#)

Anexo F: obsequio a los invitados.

- Bombones



- Cócteles



Anexo G: experiencia Neurogastronómica.





BENDITOS
BOK2

DEGUSTA CADA BOCADO

KOMO
Brew & Bar

Grupo
BORDCAD

HERNÁNDEZ
VERDES

MANTUANO
CHOCOLATE

CATA
NEUROSENSORIAL

02/06/2022 6:00 PM a 8:00 PM

EN KOMO CARACAS, C.C. PASEO LAS MERCEDES



REFERENCIAS

- Barcelona Culinary Hub. (2022). “**¿Por qué es importante la neurogastronomía?**”. Referido de:
<https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/neurogastronomia#:~:text=%C2%BFPor%20qu%C3%A9%20es%20importante%20la,comida%20juega%20un%20papel%20esencial.>
- Grijota. E. El País. (06 de marzo de 2019). “**Cómo la tecnología moldea nuestra identidad humana**”. Referido de:
https://elpais.com/retina/2019/03/05/tendencias/1551788519_421077.html
- Yo soy Neurogastrónomo. (2018). “**¿Qué es la gastronomía aplicada?**”. Referido de:
<http://yosoyneurogastronomo.com/que-es-la-neurogastronomia-aplicada/>
- Altuve Altuve, Hibely Del Valle, Duarte Villanueva, Camila Manuela, Liscano Zahalka, María Pierina, Medina García, Sofia Mercedes. (22 de marzo de 2019). “**NATIVO, Degustación de coctelería y gastronomía venezolana a beneficio de la fundación Mi Venezuela**”. Referido de:
<https://drive.google.com/file/d/1JWT2fm4DLRuusWYtcWLT5Pwmbe95Fgzi/view?usp=sharing>
- Montilla Canelones, Oriana Montilla, Rodríguez Tapias, Mayela Caronlina, Sarmiento Nadales, Lumayris Eliana, Sollecito George, Chiara Beatriz. (13 de marzo de 2022). “**Experiencia Wonka: Degustación neurogastronómica de chocolate a beneficio de la fundación Padrinos Sin Límites**”. Referido de:
https://docs.google.com/document/d/1aMPPrkpXaX0Fxrq1jYI2FlvtioHEPQZvImHmNI_Vw8Ok/edit?usp=sharing