

República de Cuba.
Universidad de Cienfuegos



Tesis presentada en opción al título de Máster en Estudios Sociales de la
Ciencia y la Tecnología.

TÍTULO:



**"La Cocina Mediterránea en el Polo Turístico
de Varadero: estado actual,
vías para el incremento de su presencia".**

AUTORA: Lic. Elizabeth Manrique Rionda

TUTOR: MSc. Milton González Zayas

CIENFUEGOS
AÑO-2010

Tengo fé en el mejoramiento humano...

José Martí

...porque un mundo mejor es posible.

Fidel Castro Ruz

**A Dios,
A mis hijos Evelio Maykel y Efrén,
Al Amor,
A la Vida,
A todos mis seres queridos.**

A **Oswaldo** por existir.

A mi tutor **Milton González** por su dedicación y empeño para con este trabajo.

A **Lourdes Vázquez** por su trabajo en la edición de la tesis.

A mis amigos, que me ofrecen su hombro, cuando los necesito.

A mis profesores, por sus sabias enseñanzas.

A todos los que durante mi vida han guiado mis pasos y estado siempre para contar con ellos.

Para todos, mi modesto agradecimiento.



Hago constar que el Trabajo titulado: "**La Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero: estado actual, vías para el incremento de su presencia**". Fue realizado en la Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez" como parte de la culminación de los estudios en el Programa de maestría en Estudios sociales de la ciencia y la tecnología, por la **autora Elizabeth Manrique Rionda**, autorizando a que el mismo sea utilizado por la institución para los fines que estime conveniente, tanto de forma parcial como total y que además no podrá ser presentado en eventos ni publicado sin la aprobación de la Universidad.

Firma del autor

Los abajo firmantes, certifican que el presente trabajo ha sido realizado según acuerdos de la dirección de nuestro centro y el mismo cumple los requisitos que debe tener un trabajo de esta envergadura, referido a la temática señalada.

Firma del Tutor.

Firma del Tutor.

Información Científico Técnica.
Nombres, Apellidos y Firma.

Computación.
Nombres, Apellidos y Firma.

Resumen

Destaca negativamente la ausencia de la Cocina Mediterránea en Varadero, este estudio aborda el problema científico de cómo fundamentar el estudio del proceso de transferencia de la Cocina Mediterránea a la restauración extrahotelera del Polo Turístico de Varadero.

El **objeto de estudio** de esta investigación es el proceso de transferencia de la Cocina Mediterránea a la restauración extrahotelera de Varadero.

El **campo de estudio** que delimita el alcance con que se trata el objeto de estudio es la gestión de la Cocina Mediterránea en la restauración extrahotelera de Varadero.

El espacio de apuntalamiento empírico de la investigación son las instalaciones que gestiona en Varadero, la Sucursal Palmares Matanzas del Ministerio de Turismo.

Al término de este trabajo, entre los principales resultados obtenidos se encuentran los siguientes:

- La construcción de un marco teórico-conceptual apropiado.
- La evaluación del estado de la cocina en la restauración extrahotelera del Polo Turístico de Varadero, lo que supuso la comprensión de la perspectiva de los gestores, de los clientes, y el análisis de características presentes en la oferta actual.

Como parte de esta evaluación, se identifica el grado de presencia de la Cocina Mediterránea en la oferta y se caracteriza el perfil sociodemográfico de los administradores de la muestra de restaurantes extrahoteleros, considerada en el estudio.

- Las sugerencias para el incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en la restauración extrahotelera del Polo Turístico de Varadero, identificando los impactos que pueden derivarse de ello.
- La contribución a que los gestores de la restauración extrahotelera puedan participar responsable y críticamente en el proceso de incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero, a partir de un Programa de Educación/Capacitación con enfoque CTS.

Índice

CONTENIDO	Págs.
Introducción	1
Capítulo I Marco teórico-referencial	8
I.1.- Las gastronomía y el turismo.....	8
I.2.- La cocina.....	12
I.3.- Cocinas regionales.....	17
I.4.- Cocina Mediterránea.....	20
I.5.- Las perspectiva CTS con enfoque de transferencia tecnológica para el estudio del fenómeno de la Cocina Mediterránea.....	27
I.6.- Conclusiones parciales del Capítulo I.....	32
Capitulo II. Caracterización del escenario y del diseño del estudio	34
II.1 Caracterización del Grupo Extrahotelero Palmares.....	34
II.2. Caracterización del diseño del estudio.....	36
II.2.1. Procedimiento.....	36
II.2.2. Tipología.....	40
II.2.3. Métodos.....	41
II.2.3.1. Método general.....	41
II.2.3.2. Métodos específicos.....	42
II.2.4. Herramientas empleadas.....	43
II.2.5. Universo y muestras.....	55
II.3. Conclusiones parciales del Capítulo II.....	58
Capitulo III. Presentación y análisis de los resultados	59
III.1. Estado actual de la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.....	59
III.1.1. Resultados del análisis de las fuentes disponibles de información secundaria.....	59
III.1.2. Resultados de la caracterización sociodemográfica del universo y las muestras.....	60
III.1.3. Resultados de la observación.....	78
III.1.4. Administración del cuestionario para la evaluación de la percepción de los clientes sobre la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.....	80
III.2. Estado actual y surgimiento para el incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero.....	89
III.2.1. Entrevistas en profundidad.....	89
III.2.2. Integración e interpretación de los resultados. Sugerencias de mejora para el incremento de la presencia	

de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero.....	92
III.3. La elaboración, implementación y validación parcial de un Programa de formación/capacitación en materia de cocina mediterránea.....	94
III.4. Conclusiones parciales del 3 ^{er} capítulo.....	97
Conclusiones	99
Recomendaciones	100
Bibliografía	101
Anexos	

Introducción

Desde 1990 y hasta la fecha el sector turístico en Cuba viene experimentando ritmos impresionantes de crecimiento (Ver **Anexo No. 1**), y es el que más aporta a la dinámica de crecimiento de los macroindicadores de la economía del país. (Ver **Anexo No. 2**).

Varadero es el principal polo turístico del país que ha visto en ese período multiplicados sustancialmente todos sus indicadores de operación (Ver **Anexo No. 3**), ya como uno de los destinos más reconocidos en el Caribe, que rebasó el millón de visitantes por primera vez en la historia en el año 2008.

En el contexto del crecimiento acelerado de la planta hotelera en Varadero, no se ha sucedido en correspondencia, un crecimiento del sector extrahotelero y de apoyo en cuanto a nuevas capacidades, renovación y/o reconceptualización de las capacidades existentes. De esta manera se contribuye a la pérdida de atracción del destino y se niega la posibilidad de que el entramado de empresas que pertenecen y/o se relacionan con el sector del turismo, funcionen como un clúster.

Dentro del sector extrahotelero particularmente a la zaga, marcha la restauración en Varadero, cuya situación está impactada negativamente por un conjunto de factores, entre los que se encuentran:

- El desfase en la inversión destinada a la ampliación y renovación de la oferta de restauración extrahotelera en Varadero¹. Así en el período 1999–2006, la cantidad de hoteles en Varadero se incrementó en un 50.0 %, mientras que el índice de plazas de restauración extrahotelera por habitación que en 1996 era de 0,9, se redujo en el 2004 hasta a 0,2.

Por otra parte, la Sucursal Palmares Matanzas en Varadero se destaca por su ineficiente labor en la ejecución de sus procesos inversionistas, con solo un 15.0% de ejecución de la previsión del actual año.²

- La concentración de la oferta en los sectores de Varadero, de menor prestancia en cuanto a calidad y cuota de participación de la planta hotelera en el número de habitaciones, en los ingresos y en las utilidades³.

¹ Tomado de la Intervención del Delegado del Ministro de Turismo en Varadero en el “1^{er} Evento Internacional Todo Incluido y Comercialización de los Destinos de Sol y Playa”, Noviembre 2006, Hotel Brisas del Caribe.

² Marrero Cruz, Manuel (Ministro de Turismo de la República de Cuba), Octubre 16 de 2010.

³ Según el Plan de Desarrollo de Varadero hasta el 2020 existen siete sectores: Oasis, Kawama - Bellamar, Varadero histórico, Internacional, Las Américas, Los Taínos e Hicacos.

- La falta de variedad y actualidad en la oferta de restauración extrahotelera en Varadero, siendo omnipresentes y casi exclusivas en la mayoría de los establecimientos del Polo Turístico :
 - las ofertas de pollo, cerdo y pescado de masa blanca,
 - los estilos “criollo” o “chino” o “italiano”.
- Los riesgos de daños al consumidor ante la inobservancia de normas y requisitos que aseguren la inocuidad de los alimentos que oferta la restauración extrahotelera en Varadero.
- La percepción de los visitantes de Varadero, que sitúan a la variedad y calidad en la oferta de la restauración extrahotelera, como una de las principales carencias del Polo⁴.
- La generalización del sistema de operación Todo Incluido en la hotelería del Polo, lo que ha contribuido a la pérdida de valor de la oferta gastronómica extrahotelera, ante la irrupción de hoteles, que disponen de servicios la superan, en cuanto a estándares, tecnología y perfil de la oferta.

La perspectiva anterior no se corresponde ni con los intereses de los viajeros internacionales al Polo⁵, ni con lo que ocurre en los principales destinos turísticos de la competencia, ni con la necesidad de promover hábitos culinarios sanos entre nuestros visitantes nacionales y extranjeros, ni con el perfil de comportamiento de los viajeros del siglo XXI en relación a la gastronomía⁶, pues ya no se trata de la necesidad de alimentarse durante el tiempo de permanencia en el destino, sino de la necesidad de “vivenciar” una culinaria de calidad, auténtica y diferente.

Es reconocido que la gastronomía constituye una motivación vinculada al turismo en función de la satisfacción de necesidades de tipo físico, cultural, interpersonal, de status y prestigio. En los últimos años la degustación de alimentos y toda experiencia inherente asociada ganan cada vez más en importancia como razón principal y/o secundaria para viajar.

La gastronomía es un factor fundamental del crecimiento y desarrollo turístico, que aporta considerables beneficios tangibles e intangibles, por lo que su desarrollo debe

⁴ Tomado de los resultados de la evaluación de la calidad en el Polo Turístico de Varadero, que hace la Oficina de Información Turística (INFOTUR).

⁵ Los principales mercados emisores de visitantes al Polo Turístico de Varadero son: Canadá, Alemania, Reino Unido, España, Rusia, Italia y Francia, los que en su conjunto aportaron el 69.52 % en el 2009.

⁶ Incluso existe y se comporta en auge un nuevo segmento – los denominados turistas gastronómicos, verdaderos exploradores de sabores que viajan con este fin.

partir de un modelo de planificación turística gastronómica sustentable, que supere la improvisación.

Las sucesivas oleadas de turistas extranjeros que llegan a Varadero difunden y promueven los valores positivos de sus cocinas de origen, lo que debería captar la atención de quienes diseñan la oferta restaurantera intra y extrahotelera del Polo, para la puesta en oferta del valor turístico de esas cocinas.

A contrapelo con las aseveraciones anteriores, la tematización de la cocina en la oferta de restauración de Varadero, es pobre, algo que contrasta con lo que sucede en las regiones turísticas de otros destinos, en las que está teniendo en éxito la puesta en valor de muchas cocinas regionales, entre las que se destacan: la árabe, la hindú, la tailandesa, la japonesa, la brasileña y otras.

Mención aparte merece el éxito que desde 1969 está teniendo para muchos la puesta en valor de la Cocina Mediterránea.

Las evidencias del éxito de la puesta en valor de la Cocina Mediterránea son abrumadoras, crece el número de restaurantes que ofertan esta cocina y la afluencia de clientes hacia ellos, crece el número de estudios que anuncian y razonan las bondades de esta cocina sobre el organismo humano, crece la presencia de esta cocina en los programas de estudio de prestigiosas instituciones formativas del mundo de la hotelería y de la gastronomía, crece la presencia de esta cocina en los medios masivos de comunicación, etc.

A propuesta de España, Italia, Grecia, Marruecos y con el apoyo de la Unión Europea, la Cocina Mediterránea propuesta a la UNESCO, para ser declarada como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, El reconocimiento de la Cocina Mediterránea como Patrimonio Cultural supuso, entre otros impactos positivos, un impulso adicional importante al prestigio internacional y a la promoción de esta cocina.

La Cocina Mediterránea es mucho más que un modelo alimentario, es un elemento que caracteriza el acervo de los pueblos mediterráneos, en lo cultural e histórico, social, artístico, paisajístico, económico y gastronómico. Esta cocina puede definirse como el conjunto de hábitos alimenticios, ingredientes y maneras de preparación gastronómica, que proceden de los países que tienen como frontera al Mar Mediterráneo, los que se aprecian en el gráfico a continuación.



Gráfico No.1: Países de la cuenca mediterránea. **Fuente:** Microsoft Encarta 2008

El boom de la Cocina Mediterránea no puede atribuirse a un éxito de la mercadotecnia, ya que en su base están los atributos que distinguen la Cocina Mediterránea, entre los que se encuentran que la misma:

- Propone la normalidad.
- No es una cocina para enfermos, como puedan pensar algunos.
- Es un buen sistema de alimentación muy saludable y que se puede emplear a diario.
- Es una manera o estilo de comer, que busca la prevención de las conocidas como enfermedades del mundo moderno, al actuar de modo favorable sobre el organismo humano.
- No supone un gran sacrificio ni para quien guisa, ni para quien la come.
- Lo único que pide es que se mantenga un control sobre lo que comemos, para dosificarlo correctamente, sin que con ello se prescindiera del placer de la comida.

Destaca negativamente la ausencia de la Cocina Mediterránea en Varadero, ya que en el Polo Turístico:

- No existe ningún restaurante intra o extrahotelero que se anuncie como especializado en Cocina Mediterránea.
- No es frecuente la tematización mediterránea en la oferta de los restaurantes buffet de los hoteles, al menos un día a la semana.
- No es habitual la señalización en las cartas menú de los restaurantes de una sección dedicada a los platos típicos de esta Cocina.
- No se ofertan en las cartas menú los platos típicos de esta Cocina, como sugerencias del Chef.
- No se promueve el conocimiento de la Cocina Mediterránea a través de las diferentes modalidades⁷ de formación/capacitación del Sistema de Enseñanza Profesional para el Turismo - FORMATUR, con lo que se priva de argumentos a los decisores en materia de gestión turística para incidir en el incremento de la presencia de esta .en el Polo.

El estado de cosas anterior configura **la situación problemática** de este estudio, de la cual deriva su **problema científico**: cómo fundamentar el estudio del proceso de transferencia de la Cocina Mediterránea a la restauración extrahotelera del Polo Turístico de Varadero.

El **objeto de estudio** de esta investigación es el proceso de transferencia de la Cocina Mediterránea a la restauración extrahotelera de Varadero.

El **campo de estudio** que delimita el alcance con que se trata el objeto de estudio es la gestión de la Cocina Mediterránea en la restauración extrahotelera de Varadero.

El espacio de apuntalamiento empírico de la investigación son las instalaciones que gestiona en Varadero, la Sucursal Palmares Matanzas del Ministerio de Turismo.

El **objetivo general** de esta investigación es propiciar el incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en la restauración extrahotelera de la Sucursal Palmares Matanzas en el Polo Turístico de Varadero.

Los **objetivos específicos** que se pretenden lograr en este estudio son los siguientes:

- Identificar, desde una perspectiva CTS, el fenómeno de la Cocina Mediterránea: sus características, expansión, ventajas e impactos.
- Evaluar el estado actual de la cocina en la restauración extrahotelera del Polo Turístico de Varadero.

⁷ Formación básica para el empleo, formación de mandos, formación postgraduada.

- Aportar sugerencias, que contribuyan al incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en la restauración extrahotelera del Polo Turístico de Varadero.
- Incidir en la formación de capacidades en los gestores de la restauración extrahotelera, de manera que puedan participar responsable y críticamente en el proceso de incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero.

Las **preguntas científicas**, a las que se pretende responder al afrontar el problema de esta investigación, teniendo en mira sus objetivos generales y específicos, son las siguientes:

1. ¿Cómo comprender desde una perspectiva CTS el fenómeno de la Cocina Mediterránea: sus características, expansión, ventajas e impactos?
2. ¿Cuál es el estado actual de la cocina en la restauración extrahotelera del Polo Turístico de Varadero?
3. ¿Cuáles sugerencias pueden contribuir al incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en la restauración de Varadero, y cuáles impactos (consecuencias sociales y ambientales) pueden derivarse de ello?
4. ¿Cómo incidir en la capacidad de los gestores de la restauración extrahotelera, de manera que estos puedan participar responsable y críticamente en el proceso de incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero?

En cuanto a su **tipología**, la investigación, por la profundidad de su objetivo gnoseológico es exploratorio–descriptiva, por el control de las variables - no experimental, por el carácter de la medida - mixta, aunque cualitativa de manera predominante, por el carácter del marco en que tiene lugar - de campo y en condiciones naturales del objeto de estudio, por su orientación - enfocada a la aplicación y por la forma en que se toman los datos - transversal.

Esta investigación por su orientación está enfocada a la aplicación y responde a la esencia del **paradigma de la investigación-acción**, que consiste en mejorar la práctica en vez de generar conocimientos meramente teóricos.

En este estudio de lo que se trata es de fundamentar la necesidad y contribuir al incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en Varadero para modificar la realidad actual, por lo que la producción y utilización del conocimiento se subordinan a esta esencia y están condicionados por ella.

El método general de la investigación es la dialéctica materialista y sus principios: histórico-lógico, analítico-sintético, hipotético- deductivo, de abstracción- concreción

El enfoque seguido para este estudio exploratorio descriptivo del campo que nos ocupa, utiliza simultáneamente datos secundarios (preexistentes al desarrollo de la investigación) y datos primarios (generados durante la investigación).

Los métodos específicos utilizados en esta investigación para generar, procesar y/o interpretar los datos son de carácter cualitativo y cuantitativo. Entre ellos se encuentran: la encuesta, la observación semiestructurada, la entrevista en profundidad, el grupo focal (focus group), el análisis de documentación de empresa y de estudios considerados como antecedentes, etc.

La cuantificación, el control y la reducción de la variabilidad de los datos primarios y secundarios recopilados a partir de las herramientas descritas con anterioridad, se realiza con la ayuda de la estadística descriptiva e inferencial (instrumentos gráficos; estadígrafos de posición, tendencia central, dispersión, y distribución; concordancia entre los evaluadores que integran el grupo nominal; consistencia de la escala; etc.).

Para todo ello se auxilia esta investigadora de software de aplicación estadística, como Minitab v 14 y SPSS v 18.

El trabajo cuenta de Resumen, Introducción, tres Capítulos, Conclusiones, Recomendaciones, Bibliografía y Anexos. En el 1^{er} Capítulo se construye un marco teórico referencial para el fenómeno en estudio - la Cocina Mediterránea, en el que los ejes temáticos fundamentales son: la alimentación, la Cocina Mediterránea y la perspectiva CTS en su estudio; en el 2^{do} Capítulo se caracteriza el escenario de la investigación y el procedimiento metodológico para el abordaje del problema en estudio; en el 3^{er} Capítulo se presentan y analizan los resultados de este trabajo científico.

Para la realización de este trabajo fue consultado y/o referenciado un elevado número de fuentes bibliográficas, disponibles en formato papel o formato digital, que se distinguen por su actualidad y pertinencia para con los propósitos del presente estudio.



Capítulo I: Marco Teórico Referencial.

La trama de este capítulo se aprecia a través de la siguiente figura que ilustra el hilo conductual del marco teórico – referencial que se construyó para este estudio.



Figura No. 1: Hilo conductual del marco teórico referencial. **Fuente:** Elaboración propia

I.1.- La gastronomía y el turismo.

La gastronomía es parte esencial del patrimonio cultural inmaterial, el patrimonio gastronómico, según Macía, R (2009), es *“el valor cultural inherente y añadido por el hombre a los alimentos –su cultivo, empaque, preparación, presentación, fechas u ocasiones en los que se comen o beben, sitios, artefactos, recetas, rituales, que responde a unas expectativas tácitas, forma parte de una memoria común y produce sentimientos o emociones similares con sólo su mención, evocación o consumo”*.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) (1998), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros”.

La actividad turística no ha sido, ni mucho menos, estática a lo largo del tiempo. Inicialmente vinculada a las clases sociales que disponían de economías saneadas y que hacían de los lugares de vacaciones una prolongación de su residencia habitual., su popularización hizo necesaria la creación de estándares tanto en lo que se refiere



al alojamiento como a las actividades y servicios que se lo ofrecían para su disfrute. Era el turismo de masas, fundamentalmente atraído por el sol y las playas de fina arena. Impulsando un movimiento de millones de personas que, como riadas, llegaban a las limitadas áreas de acogida (la costa mediterránea europea, algunos puntos de México y el Caribe, y poco más) sin más pretensiones que disfrutar de su viaje enlatado, comprado como un paquete que incluía prácticamente todo lo necesario, promovió un sistema casi industrial para abastecerle de recuerdos, souvenir, comida rápida, alojamiento de baja calidad, transportes, excursiones al por mayor, y otros muchos bienes y servicios. Denostado por los impactos que ocasionaba, por la congestión turística de algunas áreas, por las condiciones laborales, por sus estacionalidad, generó importantes beneficios económicos tanto al empresariado como a la fuerza de trabajo implicada directa o indirectamente en el mismo. Con él, el término turista magnificado por el estereotipo del individuo con camisa hawaiana, pantalón corto estampado, gafas oscuras, sandalias y calcetines, adquirió un sentido peyorativo que aún perdura.

Los años 80 abrieron paso a la consolidación de nuevas formas más sofisticadas y, en principio, más elitistas de turismo. Se iniciaron entonces de forma intermediada por tour operadores y centrales de reserva el turismo rural, los viajes de aventura y riesgo aparente, la pasión por la naturaleza y por lo exótico de otras culturas.

Desde los años 80, viene apuntándose que el mayoritario modelo de sol y playa está alcanzando un techo previsible, siendo necesario planificar un nuevo modelo económico basado en el desarrollo sostenible - tanto para el medio ambiente como para las sociedades que lo habitan-, la conservación del patrimonio cultural y el respeto por la identidad.

Para este nuevo turista, la parte central de su viaje está determinada por la posibilidad de participar en nuevas y profundas experiencias culturales, tanto en lo estético como en lo intelectual, emocional o psicológico, de experimentar la cultura en el sentido de una forma distintiva de vida.

Se resignifica el valor del patrimonio de los destinos turísticos.

El patrimonio es considerado por muchos como la síntesis simbólica de los valores identitario de una sociedad que los reconoce como propios y relaciona una sociedad o cultura con su ambiente. Ello implica un proceso de reconocimiento, generalmente



intergeneracional, de unos alimentos (desde el territorio hasta la genealogía) como parte del bagaje cultural y su vinculación a un sentimiento de grupo.

El patrimonio gastronómico de las comunidades locales es considerado de manera creciente un recurso turístico: en las últimas décadas estamos asistiendo al crecimiento importante de un perfil, el del turista gastronauta.

El patrimonio gastronómico se encuentra asociado a tres placeres que además coinciden con tres tendencias del turismo actual: el placer del ocio, de conocer y de comer. La gastronomía es un patrimonio vivo que se reproduce y modifica constantemente; satisface una necesidad biológica; y además proporciona placer a los sentidos con mayor eficacia que el consumo de otros bienes, destacándose su capacidad para fijar en la memoria un determinado sentido de lugar, de la experiencia que tuvo el turista en su visita

Sólo recientemente se ha tenido en cuenta el potencial gastronómico como eje aglutinador de productos turístico culturales sólidos, singulares y rentables en términos económicos, sociales y ambientales, ya que la gastronomía ha sido tradicionalmente uno de los aspectos menos considerados a la hora de articular la creciente oferta turístico cultural, que se ha basado fundamentalmente en el patrimonio histórico- artístico.

Las intersecciones e interrelaciones entre gastronomía, cultura y turismo son evidentes, pues dentro de la experiencia turística necesariamente se incluye la alimentación, lo que da lugar al servicio de restauración⁸, que pertenece a la tipología de alojamiento u hospitalidad.

La asociación entre gastronomía y turismo abarca desde la producción de alimentos, los servicios de restauración extrahotelera en los destinos turísticos, las áreas de alimentos y bebidas en los hoteles y los refrigerios servidos en los transportes turísticos.

Una vez en el destino, la comida es tan importante como el alojamiento: aunque el precio cuenta, cada vez es más importante el origen de los alimentos, las especialidades patrimoniales, y su calidad.

Las cocinas, las comidas, son vías activas a través de las cuales el turista cambia del rol de espectador al de actor".

⁸ El vocablo restauración tiene el mismo origen que restaurante, ambos provienen del francés *restaurant*, que refiere la idea de recuperarse, de restaurar las fuerzas y el ánimo, para continuar con el viaje o la jornada. Tomado de Lacanau y Norrild, 2003).



En el contexto de un viaje, resurge el valor intangible de la cocina, que habitualmente no se percibe cuando los alimentos se adquieren en otros contextos. El consumo de alimentos durante el viaje forma parte de una experiencia de ocio cultural en la que se puede 'aprehender' el conocimiento que subyace tras el objeto, el valor cultural que reside más allá del producto e incluso transmitirlo a terceros .

La gastronomía constituye una motivación vinculada al turismo en función de la satisfacción de necesidades de tipo físico, cultural, interpersonal y de status y prestigio.

Según Fields (2002) las motivaciones físicas se encuentran asociadas al hecho de que el acto de comer es algo natural para el ser humano y a que la comida despierta los sentidos y provoca variadas sensaciones. Se sustentan en necesidades que no son satisfechas en lo cotidiano como la necesidad de relajarse, cambiar de rutina, la obtención de placer a través de la oportunidad de familiarizarse con nuevos sabores. Las necesidades físicas también se relacionan con el área de la salud ya que muchas personas buscan incorporar hábitos alimenticios más saludables durante sus vacaciones. Por ejemplo, la dieta mediterránea es tomada muy en cuenta por los visitantes que pueden verse influenciados por una gastronomía saludable cuando seleccionan su destino vacacional.

En lo que respecta a las motivaciones culturales es importante tener en cuenta la importancia de la comida en la cultura de un país. Según Mannel (en Viena 2004), la alimentación fue desde siempre un elemento clave en la cultura de cada sociedad y cada vez más los visitantes ven en la gastronomía la posibilidad de conocer mejor la cultura de un lugar. No es solamente el acto de probar los platos que atrae a los visitantes motivados culturalmente sino el hecho de poder conocer ritos y hábitos asociados a la gastronomía de un pueblo y la posibilidad de visitar museos y otras atracciones con esta temática. Estos visitantes no se contentan simplemente con ir a un restaurante y degustar la comida, quieren conocer los ingredientes, las formas de sazonar, la historia subyacente, entre otras. La experiencia se ve complementada con la compra de libros en el lugar sobre gastronomía, la adquisición de productos típicos para llevar al lugar de residencia, conversar con los habitantes de la región.

En lo que respecta a las motivaciones interpersonales, si bien hay muchas personas que realizan viajes individuales, gran parte lo hacen en grupo y el acto de



alimentarse es de gran importancia. Casi todos asocian una buena reflexión con amigos a un momento de placer donde se disfruta de la compañía de otros y se sociabiliza. De esta forma muchos visitantes consiguen, sin duda, disfrutar del acto de alimentarse en restaurantes, ferias gastronómicas y otras situaciones similares. Fields (2002) muestra en su tipología que el acto de comer fuera de casa tiene una función social realmente importante ya que, además de permitir estrechar relaciones entre los que viajan en grupo, puede crear nuevas relaciones e interacciones con otras personas. Algunos visitantes pueden ver en el acto de desplazarse a un restaurante una circunstancia propicia para hacer nuevas amistades, salir de la rutina y sociabilizar. En un mundo cada vez más individualista como es el actual las personas suelen encontrarse con dificultades para establecer relaciones; comer en un restaurante o una cena empresarial puede ser, entre otros, una buena oportunidad de mejorar. Como ejemplo de esta importancia de sociabilización, Fields (2002) hace referencia al Club Med donde la mesa es una mezcla de personas y de culturas, lo que demuestra la importancia de su función social.

Resta abordar las motivaciones de status y prestigio. Desde siempre existe una asociación directa de algunos restaurantes con elites, clases sociales altas. Según Fields (2002) el turismo gastronómico se transformó en una parte importante del estilo de vida de la nueva clase media. Para muchos, poder contar a otros que se comió en un local de prestigio o poco conocido mencionando detalladamente todos los pormenores, e inclusive los precios, es la posibilidad de obtener un status más elevado y ser reconocido. Para muchos visitantes el acto de ser aceptados entre sus amigos y conocidos es algo tan importante que no se preocupan por los gastos para poder frecuentar los restaurantes de mayor prestigio donde piden los vinos más caros, los cigarros de mayor calibre y donde buscan mostrar muchas veces ser más de lo que son en realidad. Para estas personas la experiencia turística tiene siempre un componente de status y prestigio del cual no se pueden separar. Se podría decir que es una experiencia turística "falseada" y en parte lo es pero para estos visitantes las motivaciones de status y prestigio son relevantes por lo cual la adecuan a sus experiencias y la moldean según sus motivaciones.



I.2.- La cocina.

La historia de los estudios sobre cocina enseña que este fenómeno debe abordarse desde una perspectiva de carácter más cultural, pues el énfasis exclusivo en los aspectos sociales, o en la nutrición, ha producido resultados decepcionantes.

Abordar la cocina desde una perspectiva cultural, equivale al estudio de la selección de alimentos, su cocción, su presentación y de los modales ante la mesa –y todo lo que esto enseña sobre creencias médicas y religiosas, sobre la estética y, de un modo más general, sobre la cultura y la estructura de las diferentes sociedades.

Según Fischler (1995) la cocina es no sólo “...*el conjunto de los ingredientes y de las técnicas utilizadas en la preparación de la comida, sino también...el acervo de las representaciones, de las creencias y de las prácticas que a ellas están asociadas y que son compartidas por los individuos que forman parte de una cultura o de un grupo dentro de esta cultura*”.

La cocina es un lenguaje en el que cada sociedad codifica mensajes que le permiten significar parte de lo que ella es. (Lévi-Strauss, 2002).

Existen cientos de ejemplos que demuestran que no es únicamente su poder nutritivo lo que convierte a un producto vegetal o animal en un alimento, sino también y sobre todo la elección que realiza la propia cultura. Cada cultura tiene su propia definición de lo que es comestible y de lo que no lo es⁹.

En ocasiones los alimentos de base de un país no son necesariamente los mejores adaptados a su suelo y a su clima.

Muchas sociedades conceden gran valor a alimentos cuyo poder nutritivo no es muy evidente y que más bien podrían ser considerados como medicamentos o venenos. Es importante, saber el uso que cada cultura da a los diferentes alimentos que considera comestibles.

Por otra parte, los efectos de estos productos no son los mismos en todas las sociedades, y no, como se podría suponer, por tener unas características biológicas diferentes, sino porque hay una cierta adaptación y maleabilidad de la naturaleza por parte de la cultura.

Contrariamente, ciertos aportes nutritivos considerados necesarios para ciertos pueblos no lo son para otros, pues cada pueblo tiene su propia escala de valores

⁹ En Cuba, por ejemplo, no se conocen, ni consumen preparados en base a la hoja de yuca y a la de la calabaza, que son comunes en ciertas regiones de Madagascar.



gastronómicos y estos valores no dependen únicamente ni básicamente del poder nutritivo de cada alimento.

Las razones socioculturales en la escala de valores gastronómicos no siempre son claramente percibidas y generalmente no se ha profundizado más allá de la simple idea de que los gustos de los diversos grupos étnicos o sociales, son diferentes.

Algunos productos considerados comestibles e incluso excelentes, son sin embargo, prohibidos por las religiones a todos sus fieles, bien perpetuamente o en ciertas épocas del año. Las religiones no solo han impedido o limitado el consumo de ciertos alimentos, sino que han favorecido directa o indirectamente, el consumo de otros. Las prescripciones religiosas también están en la base de prácticas formadoras del gusto.

La dietética no es una ciencia nueva, todas las épocas, todas las culturas han tenido la suya propia. Al igual que las prescripciones religiosas, las prescripciones dietéticas mantienen estrechas relaciones con las prácticas alimenticias.

El comensal actual, evidentemente, tiene razón al explicar su práctica por su gusto; pero si vemos las cosas con un poco más de perspectiva, el historiador afirmará lo contrario, que el gusto del que come ha sido formado por una práctica tradicional fundada en la antigua dietética.

De un modo general, parece ser que nuestros gustos y nuestras aversiones son siempre tributarios de costumbres alimenticias tradicionales de nuestra cultura, incluso los viajeros más interesados por las especialidades extranjeras no pueden reprimir su repugnancia ante algunas de ellas; y los inmigrantes siempre sienten nostalgia de las comidas de sus tierras.

Un cierto número de "indicadores" gustativos afirman una identidad alimentaría y delimita la pertenencia culinaria a un territorio determinado (por ejemplo, el ajo en la Cocina Mediterránea, las grasas específicas para cocinar marcan las fronteras entre el norte y sur de Europa; manteca de cerdo o mantequilla en el norte y aceite de oliva u otros en el sur).

Estos gustos, que forman parte de la historia de la cultura, también tienen implicaciones de extrema importancia para la historia económica o política y viceversa.

No hay nada, desde el punto de vista nutricional, que obligue al hombre a consumir pimienta, azafrán, jengibre, canela, clavo de especia, nuez moscada, entre otros. Si



los europeos han apreciado a lo largo de siglos estas plantas aromáticas exóticas ha sido por razones únicamente de carácter cultural. Y sin embargo, no se puede considerar este gusto como un detalle de poca importancia desde una perspectiva histórica.

La cocina no es una especie de adorno superfluo del alimento, ni algo para catalogar de bueno o malo desde la perspectiva de la nutrición, ni manifestación privativa solo de los ricos, ni mera colección de recetas.

La cocina se ha convertido hoy día en objeto de interés para numerosos especialistas desde campos tan diversos como la Medicina, Nutrición, Dietética, Tecnología de los alimentos, Economía, Psicología, Historia, Sociología, Agronomía, Biología, Ecología¹⁰ y, sobre todo, desde la Antropología tanto biológica como social, ya que la alimentación, aparte de constituir una necesidad fisiológica y asociarse con el estado de salud física y mental, es un proceso central en la estructuración o desestructuración del orden económico y social.

La cocina es un arte comparable a la pintura, a la escultura, a la arquitectura, a la música, a la poesía, al teatro.

Al igual que la música y el teatro, la cocina es un arte cuyas obras son efímeras, puesto que, comidas o no, su punto de perfección no dura más que un instante. También al igual que el resto de las artes, la cocina es un arte cuyas obras son evocadoras de valores, sabores, modos, estilos, sazones que en cada ocasión se materializan en un platillo o una manufactura para el paladar y la celebración. Por ello, como afirma Padilla Dieste, C. (2006) *“en torno a las cocinas, históricamente se han organizado las sociedades dando forma a una gama inmensa de estilos de vida relacionadas con la producción en el campo, los sistemas de abasto y comercialización de alimentos, las técnicas y procedimientos de prepararlos, los artefactos y objetos de uso y los modos de compartir la mesa. Es decir que los alimentos forman parte fundamental de las economías regionales y locales y su conservación, preservación y aprecio posibilitan estimular su potencial e impacto sobre otras vertientes de la vida material y simbólica de cada lugar.”*

La cocina, el arte más antiguo y más practicado, es sin duda aquel que en ciertos aspectos guarda más distancia entre las realizaciones vulgares y las obras maestras.

¹⁰ La alimentación es también es un acto ecológico - ya que cómo comemos y lo qué comemos determina en gran medida el uso que hacemos del mundo , afirma Pollán, M. (2007).



Y sin embargo, esta distancia no impide que algunas de las más modestas amas de casa preparen unos platos que dentro de su categoría sean puras obras maestras. Difícilmente se podría decir lo mismo de otras artes, en las que la obra del maestro es muy superior a la de un aficionado o de un asalariado.

El arte culinario tiene especificidades propias de las cocinas de las diferentes regiones del mundo y de las diferentes épocas, siendo posible precisar la cronología de las transformaciones.

Las colecciones de proverbios nos revelan prácticas alimenticias que no siempre se encuentran en los tratados de cocina, generalmente más interesados en aquello que se sale de lo corriente.

Los tratados de dietética describen hábitos alimenticios, buenos o malos, de gente de diversas regiones y medios sociales, lo que permite esbozar una geografía y una sociología de los gustos alimenticios y de las prácticas culinarias. Estos tratados, al indicar los medios de hacer digestivos diversos alimentos, permiten comprender la cocina, los hábitos alimenticios y los gustos que se asocian a ellos.

Los relatos de viaje son esenciales para que se tome conciencia de la diversidad de las prácticas y de los gustos, y para poder estudiar las condiciones de receptividad de los platos procedentes de otros lugares.

Los libros de cuentas, inventarios post-mortem, contratos de pensiones alimenticias, listas de precios, contratos de abastecimiento, documentos que ya han sido utilizados por los especialistas en historia económica y en historia de la nutrición, también pueden ser utilizados desde la perspectiva cultural que aquí se propone, puesto que permiten verificar o invalidar lo que dicen otros documentos impresos sobre las costumbres alimenticias de diferentes regiones y de diversos medios sociales.

Constituyen también importantes fuentes para el estudio de la cocina: las pinturas, grabados y otros documentos figurados que representan comidas, cocinas, escenas de mesones, tiendas de alimentación, diversas escenas de géneros relacionados con la preparación o el consumo de los alimentos, y naturalezas muertas compuestas de todo tipo de carnes, pescados, hortalizas y frutas, tales como eran en antaño.

La cocina no puede asociarse solo a la "historia del cuerpo" o a la "historia de la civilización material", porque ello equivale a encerrarla en estos límites, a mutilarla considerablemente.



Como fenómeno humano complejo, la cocina atañe tanto a la cultura como a la naturaleza, y tanto al espíritu como al cuerpo, forma parte también de la historia del arte, de la historia de las ciencias, de la historia religiosa, de la historia económica, social y política. Tener en consideración todas estas dimensiones es una obligación para aproximarse al estudio de la cocina.

En resumen, la escala de valores gastronómicos de una región, de un pueblo, de una clase social o de un individuo depende, como ya se ha expuesto, tanto de un conjunto de razones socioculturales, como de razones naturales y económicas.

1.3.- Cocinas regionales.

Las cocinas regionales las componen preparados cuyos ingredientes, formas de preparación o de consumo, pueden no ser de origen local, pero que son reconocidos como propios y emblemáticos de una cultura culinaria.

En el intento de definir la esencia de una cocina regional y sus características básicas, algunos elementos son indiscutibles. Entre ellos hay que considerar: su antigüedad, su definida localización geográfica y su relación con otros aspectos de la cultura.

En cualquier región, la cocina es un verdadero patrimonio apreciado para propios y extraños, a través de restaurantes nacionales más o menos fieles a la tradición y restaurantes en otros países.

La cocina regional como patrimonio es:

- Inestable, que varía con el tiempo, las modas y los gustos, por lo que resulta imposible de congelar en fórmulas definitivas y de confiar en manos de cocineros que no siempre están en condiciones de administrarlo.
- Inmaterial como otras formas de arte - música o baile, pero aún más elusivo porque las recetas y los sabores dependen de circunstancias no reproducibles en su entereza.

Sobre la cocina regional y la transformación de los hábitos alimentarios han influido, provocando efectos encontrados, la urbanización, la globalización y las nuevas condiciones del mercado.

En las condiciones de la actual globalización, las fronteras se han vuelto más permeables, todos los habitantes del planeta pertenecemos a una aldea global,



abierta por los medios de transporte, por el incontenible incremento de los viajes y el empleo creciente de las nuevas tecnologías de la comunicación.

La globalización ha afectado a todas las manifestaciones sociales y, posiblemente, más a la gastronomía que a ninguna otra, quizás porque los cambios sociales y económicos han influido más en los fundamentos básicos de las costumbres gastronómicas.

La globalización ha traído consigo una tendencia a la estandarización, cuyo exponente más relevante es la "mcdonalización"; ha derivado en la desaparición de los productos alimenticios de temporada; ha homogeneizado los productos alimenticios¹¹, bajo los efectos de la tecnología¹². Pero ella misma, junto con otros factores no económicos vinculados al reciente nacionalismo, ha dado lugar a una reacción contraria, otorgando especial relevancia a la identidad local y territorial.

La recuperación de viejas aspiraciones nacionalistas empuja a las regiones a recurrir a aquellas raíces físicas y al recuerdo histórico para consagrar a la cocina de una determinada región como un elemento diferenciador.

El fenómeno es complejo y no se produce en un sentido solamente. La globalización trata de borrar las particularidades de la cocina regional pero, al mismo tiempo, cuando se aceleran los procesos de globalización también se aceleran los procesos de regionalización en manifestaciones gastronómicas.

De la misma manera que hay factores económicos que impulsan hacia la igualación entre las cocinas regionales, otros factores, asimismo económicos, parecen impulsar hacia un fenómeno inverso. La enajenación a la que se ve sometido el individuo a causa de los procesos de globalización genera en los ciudadanos reacciones contrarias y provoca en ellos una necesidad paralela de distinción y diferenciación, que se satisface a través de la cocina regional.

¹¹ La tecnología ha conseguido:

- 1.- Nuevas razas de pavos y pollos, todas iguales en su conformación, lo que popularizó el consumo de esas carnes.
- 2.- Que la avicultura y la porcicultura se calificasen como producciones industriales.
- 3.- Que los pescados "no se pesquen", sino que "se cultiven en piscifactorías".
- 4.- Que al servicio de una persona en pocos segundos, puedan estar disponibles las recetas de todo el mundo, con sus ingredientes y modos de elaboración, por lo que los antropólogos ya no fijan la procedencia más o menos próxima de los alimentos como un factor configurador de las cocinas regionales.

¹² Las costumbres alimentarias nacen de exigencias tecnológico - económicas, en especial, los combustibles que se emplean para la cocción y los sistemas de conservación. La primera gran conmoción gastronómica de la humanidad se produce en el neolítico con la invención y empleo del fuego en la preparación de los alimentos.



Pero no convendría reducir el renacimiento de las cocinas regionales a motivos económicos, lo que sería muy simplista. Hay un importante elenco de factores, no económicos, que están en las raíces de una vuelta a la expresión de las cocinas regionales y locales. La gastronomía se ha convertido en un vehículo excepcional para exteriorizar lo auténtico y como una manifestación de la identidad de una región de primera magnitud, comparada con otras manifestaciones culturales, como puede ser la lengua. La gastronomía se ha convertido en un signo de identidad y en un instrumento o estrategia social en los posicionamientos regionales, aunque la autenticidad, la tradición y las raíces de muchos de esos platos llamados tradicionales son resultados de una importante manipulación.

Sobre esta manipulación alertan algunos antropólogos, que afirman que situar la cocina regional como aquello “que siempre ha sido nuestro”, supone minimizar el sentido innovador que todas las civilizaciones han puesto en la cocina y la gastronomía. Si, como hemos venido diciendo, la gastronomía es una muestra de nuestro patrimonio cultural, hay que tener en cuenta que las identidades culturales no están inscritas en el patrimonio genético de una sociedad, sino que se modifican y definen incesantemente, adaptándose a situaciones siempre nuevas, y determinadas por el contacto con culturas e identidades diferentes.

Aunque en cierto modo las tradiciones gastronómicas son conservadoras, no son estáticas y son extremadamente sensibles a los cambios, a la imitación y a las influencias externas. En suma, se llega a la conclusión de que las tradiciones son fruto de una serie de innovaciones que la cultura receptora ha organizado después.

Montanari (2003) recalca la necesidad de dotar a la identidad de una cocina de una dimensión histórica, devolviéndola a un panorama de intercambios, *“resaltando los flujos de ideas, de hombres que, de una región a otra, de un continente a otro, han influido y condicionado la construcción de las distintas identidades alimenticias”*.

Por otro lado, la tradición en la gastronomía perdura durante bastante tiempo, quizás porque su base reside en la rutina y la continuidad, en sabores que suscitan recuerdos entrañables vinculados con la niñez. Por eso, las cocinas locales suelen tener mucho de recuerdo emocional y los ingredientes de los que suelen estar elaborados son casi los mismos que hace décadas.

Los antropólogos de la alimentación constatan el crecimiento de una cierta nostalgia de la comida autóctona, alejándose de la insípida melancolía de la comida



industrializada y globalizada. Se asiste a la consolidación de una operación de rescate del patrimonio culinario de los pueblos y regiones, que se materializa en la recuperación de las denominaciones de origen, las calificaciones de calidad que se apoyan en lo tradicional.

Dos hechos de relevancia económica como son el mercado globalizado y el aumento de la población urbana, que se comporta con unos determinados hábitos de compra, conservación y consumo, han comenzado a afectar a la riqueza gastronómica. Hemos llegado a una situación en la que los verdaderos prescriptores¹³ de la cocina son las corporaciones y multinacionales, que consiguen variar a su conveniencia los gustos y las costumbres culinarias, aunque parezca una paradoja, a veces con costosas campañas de marketing a favor de las cocinas regionales, para satisfacer el deseo, como reacción a la mundialización, de guardar la identidad y la personalidad de una región, a través de la alimentación.

Una de las cocinas regionales que más agentes prescriptores tiene en la actualidad es la Cocina Mediterránea.

I.4.- Cocina Mediterránea.

En la Cocina Mediterránea se dan los elementos ya citados en el epígrafe I.2, que permiten distinguirla como una cocina regional, a saber: su antigüedad, su definida localización geográfica y su relación con otros aspectos de la cultura.

La Cocina Mediterránea está compuesta por saberes y prácticas culinarias. Los saberes se asocian a aquellos sustratos inmateriales-subjetivos, no tangibles como las significaciones, representaciones, sentidos de pertenencia, creencias, tabúes, temores, y afectos, además a los conocimientos adquiridos a través de la experiencia directa o mediante la transmisión (transgeneracional, familiar, externa, intragénero o intraclase) de un portador de esta cultura. Mientras que las prácticas culinarias se asocian tanto a los sustratos materiales tangibles en cuanto a la acción práctica, como a la adquisición, las técnicas y procedimientos de elaboración, condimentación, conservación, presentación y consumo de los alimentos. Ambos aspectos, saberes y

¹³ Así los rendimientos, la solidez del fruto, la posibilidad de obtener cosechas precoces y mecanizadas, el atractivo color, la posibilidad de almacenamiento y conservación, han cambiado totalmente el gusto de determinados alimentos. Esto ha hecho que los buenos tomates sean los hinchados, los mejores guisantes los extrafinos y los mejores melocotones sean los blancos, sin que a sus productores les importe nada del sabor.



prácticas, están referidos al momento de su transmisión o al hecho mismo de cocinar.

La Cocina Mediterránea constituye un patrimonio construido social e históricamente. Se trata de un acervo que se ha ido enriqueciendo y modificando generacionalmente y que se ha recreado y transformado localmente.

El Mar Mediterráneo (del latín, *medius terra*) es un mar “*entre tierras*”, al que abren tres continentes: Europa, Asia y África. La relación fronteriza entre los países que baña el Mar Mediterráneo tiene una serie de connotaciones de importancia geopolítica secular, que trasciende los intereses nacionales y continentales.

En el Mar Mediterráneo se han gestado las civilizaciones más antiguas, los mundos egipcio, griego y romano, las civilizaciones cristiana y musulmana, las vías de comunicación con el lejano Oriente, la ruta de la seda, el África de los animales exóticos y la India de las especias.

El Mar Mediterráneo ha sido, también, un lugar de confrontación entre el mundo cristiano y el mundo árabe, entre el Occidente cristiano y el Oriente del Imperio Otomano. Hasta los siglos XV y XVI, con el descubrimiento de América y de la ruta a Asia a través del Cabo de Buena Esperanza, el Mediterráneo era el lugar geográfico en el que se decidían los destinos de los pueblos y donde se formaban o desaparecían los imperios.

También a través del Mediterráneo, los productos y las tradiciones de las diferentes gentes que han poblado este mar se han entrecruzado con el devenir de los siglos, enriqueciéndose mutuamente y configurando lo que hoy en día conocemos como Cocina Mediterránea. En los países mediterráneos, encontraremos diferentes culturas y religiones, pero un mismo modelo de alimentación, aunque existan diferentes formas de expresarlo.

Así, el modelo alimentario común que define la Cocina Mediterránea consiste en un consumo importante, generoso, de vegetales, legumbres, fruta, frutos secos y cereales; por un consumo importante, abundante, de aceite de oliva, al tiempo que bajo de grasas saturadas; por un consumo moderado de pescado; por un consumo de bajo a moderado de derivados lácteos, principalmente queso y yogurt; por un consumo bajo de carne roja; y por un consumo moderado, pero constante, de vino tinto, principalmente durante las comidas.



En especial, existen dos aspectos importantes que distinguen el modelo alimentario conocido como Cocina Mediterránea, a saber:

- La frugalidad. La Dieta Mediterránea es una dieta frugal, porque se basa en los productos del campo y del mar, y al mismo tiempo es una dieta energéticamente pobre, con un elevado contenido en fibra, de amplia base vegetal y que proporciona una rápida sensación de saciedad con una ingesta baja en calorías.
- La diversidad. La Cocina Mediterránea utiliza un número muy importante de ingredientes en la elaboración de sus platos, por simples que estos sean.

La Cocina Mediterránea representa además un excepcional testimonio de una tradición milenaria que todavía sigue viva, que sigue transmitiéndose sin discontinuidad de generación en generación y que es recreada -con evidentes tonalidades locales- y compartida por las diversas comunidades de la cuenca, a las cuales infunde un sentimiento de identidad. Es la suma de saberes autóctonos, de un legado cultural inmaterial extraordinario que une e identifica a las comunidades ribereñas del Mediterráneo y contribuye al diálogo cultural y a la transferencia de conocimientos y tecnología.

El modelo alimentario mediterráneo incluye también una dimensión simbólica y social: el acto de la comida es un momento de reunión familiar, de celebración social, de rituales comunitarios. Este modelo se distingue por el Ethos, la actitud positiva en relación a la comida, el bajo nivel de estrés, que trae un estilo de vida menos agitado. La Cocina Mediterránea estimula la producción y consumo locales, fomenta una agricultura respetuosa con el medio ambiente y promueve los intercambios e iniciativas regionales, contribuyendo así a la revitalización económica y social –y sostenible. Es la plasmación de una cosmología compleja, de una interdependencia entre el hombre y la naturaleza en la que el equilibrio y la armonía cuentan más que los beneficios a corto plazo.

Los textos medievales de cocina son una muestra del sincretismo de la cultura gastronómica. Los recetarios del Medioevo presentan recetas similares en los distintos países bañados por el Mediterráneo. En esos recetarios hay platos “a la romana”, “a la catalana”, “a la genovesa” que, como dice Montanari (2003), *“presuponen la existencia de diferencias y especificidades nacionales pero, sobre todo, evidencian la voluntad de superar la dimensión local de la cocina”*.



Algunas características del modelo alimentario mediterráneo pueden corroborarse a partir de las imágenes y de la lista de recetas de platos seleccionados de esta cocina, que aparece en el **Anexo No. 4**.

El predominio cultural y racial de las gentes que desde la antigüedad han vivido en las riberas del Mar Mediterráneo sobre las razas bárbaras habitantes del norte de Europa, no se puede atribuir exclusivamente al hecho étnico, es decir, a la superioridad de las razas mediterráneas sobre las arias. Ha sido, además, muy importante la calidad nutritiva de los alimentos que las tierras que bordean este mar han ofrecido a sus pobladores, alimentos muy superiores en su calidad a los de otras latitudes. No es una rareza que hoy se esté hablando de las cualidades de la Cocina Mediterránea.

A partir de los años 50 del pasado siglo y a consecuencia del incremento de enfermedades cuyas causas se atribuyen a determinados hábitos alimentarios de la población, las entidades estadounidenses responsables de la salud pública promovieron estudios e investigaciones destinados a solucionar unos problemas que estaban adquiriendo dimensiones de epidemia al afectar a gran número de personas. Estos estudios¹⁴ permitieron describir a la Cocina Mediterránea no sólo como un modelo de alimentación característica de una región geográfica, sino como el modelo que define los hábitos de vida y de cultura que mejor contribuyen a potenciar la salud, la longevidad y la calidad de vida de aquellos que la aplican¹⁵ no sólo en su contenido, sino en su ritmo de comidas y en el número de raciones de cada alimento. En los años 90 del siglo XX se inicia la divulgación sistemática y masiva de la Cocina Mediterránea. Esta promoción compite con la cocina oriental que, a pesar de utilizar productos distintos, responde a principios similares.

Actualmente la UNESCO reconoce a la Cocina Mediterránea como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Recibir tan alto grado de patrimonialización, favorecerá a la Cocina Mediterránea, como recurso de gran valor, y contribuirá a perpetuar su transmisión como una especificidad considerada propia e identificativa de los pueblos mediterráneos, lo que contribuirá a que se sigan viendo, por un lado, idénticos a sí mismos, y por el otro, diferentes en relación a otros pueblos.

¹⁴ Véase estudios realizados por el epidemiólogo Leland Allbough por encargo de la Fundación Rockefeller, y por Ancel Keys: <http://www.educacion.es/exterior/usa/es/materiales/1997nov/pdf/actividad4.pdf>

¹⁵ Según estudio realizado en 1988 y referido por Igor de Carine (1998), se constataron en Francia 47.5 fallecimientos por enfermedades cardiovasculares cada 100 000 habitantes, en EE.UU. – 113.9, y en Inglaterra – 165.7



A la divulgación de la Cocina Mediterránea por todo el mundo¹⁶ ha contribuido además el propio hecho de que los pueblos mediterráneos son importantes emisores y receptores de turismo a nivel mundial, y de que el comportamiento gastronómico de ellos se caracteriza por una mayor frecuencia en la visita a restaurantes, pues son más propensos al uso del aspecto relacional que supone comer fuera de casa¹⁷.

Cocina y dieta mediterránea no son lo mismo. No todos los platos de la Cocina Mediterránea responden a los preceptos de la dieta mediterránea; sólo lo hacen los platos de diario de la cocina familiar rural. Los platos de las fiestas, muy ricos en carne, pescado y muy escasos en vegetales, que sólo los acompañan o condimentan, no cumplen esos principios.

La dieta, seleccionada entre las formas de comer mediterránea, es la primera de las modernas dietas saludables, basadas en pautas de alimentación tradicional.

Un glosario de los términos más comunes de esta dieta, aparece en el **Anexo No. 5**. Pero la dieta mediterránea es mucho más que un sistema culinario rico, variado y fuente de salud; (Ver **Anexo No. 7** Características y nutrientes de la Dieta Mediterránea); es una experiencia cultural cuyos valores y rasgos la hacen aún más singular y significativo. De hecho, la palabra dieta -del latín *diæta* y del griego *diaita*- significa "*manera de vivir*". Entre las ventajas de la dieta mediterránea se encuentran:

- La respuesta apropiada que da a un problema global: el creciente interés por la salud, la gastronomía y la actividad social, al reducir los riesgos asociados a las enfermedades más comunes, a los llamados trastornos de la conducta alimentaria, que no son sino serios disturbios en la ingesta, como restricción de alimentos, episodios de apetito voraz (atracones), excesiva preocupación por la figura corporal y/o por el peso.
- La frugalidad, pues a una dieta hipocalórica se aunará una aportación importante de las vitaminas y los minerales necesarios.
- La diversidad, pues a mayor número de ingredientes culinarios, mayor posibilidad habrá de que estén presentes todos los nutrientes necesarios y mayor

¹⁶ Evidencias de este auge de la cocina mediterránea, se muestran en el **Anexo No. 6**, en el que se identifican 500 restaurantes, como resultado del búsqueda para España de restaurantes de Cocina Mediterránea, en el portal del sitio: <http://www.buscorestaurantes.com>

¹⁷ Según Benavides Serrano, José Luis (2007), los países europeos con mayor gasto per cápita en restauración son Francia, Italia y España, y en forma general los países de la Cuenca del Mediterráneo.



probabilidad de obtener un nutriente desde diversas fuentes, con lo cual habrá una composición nutricional diversificada y rica en matices.

- La importante acción protectora de la salud¹⁸ de esta dieta, se debe a:

- los compuestos contenidos en los alimentos que conforman esta dieta.

Los cítricos (naranjas, mandarinas, limones, pomelos), el melón, las cerezas y los vegetales (tomate, pimientos, coliflor, coles y brócoli) contienen ácido ascórbico o vitamina C.

Los frutos secos, la lechuga, los guisantes, el germen del trigo, los aceites vegetales, principalmente el aceite de oliva, los huevos, la uva y el vino aportan los α - y γ -tocoferoles, conocidos globalmente como vitamina E³⁷⁻³⁹. Los frutos secos, los cereales, las legumbres, la fruta y los vegetales aportan cobre. Los vegetales, los cereales y el pescado contienen selenio, si bien la concentración de este mineral dependerá del tipo de suelo en el que los vegetales se hayan cultivado, no obstante, champiñones, piñones, espárragos y ajos aportan cantidades considerables.

En las frutas y los vegetales fuertemente pigmentados, como la zanahoria, los tomates, los pimientos rojos, la calabaza, la sandía, el perejil, el brócoli o las espinacas, se encuentran los carotenoides precursores de la vitamina A, de los cuales el β -caroteno es el más abundante.

Además, la mayoría de las frutas, vegetales, aceitunas y el aceite de oliva, la uva y el vino, son alimentos ricos en sustancias fitoquímicas, como fenoles simples, polifenoles, ácidos fenólicos, benzoquinonas, hidroxicinamatos y flavonoides, que se forman fácilmente en los alimentos mencionados gracias a la generosa iluminación solar de que goza el Mediterráneo.

La gran proporción de aceite de oliva en la dieta Mediterránea, que supone entre un 17 y un 25% del total de la energía ingerida, es en gran medida responsable de sus efectos beneficiosos, debido principalmente a su contenido en compuestos antioxidantes.

¹⁸ Los efectos de beneficiosos de dieta se expresan en su protección contra enfermedades neurodegenerativas, cardiovasculares, ciertos tipos de cáncer, diabetes, Alzheimer, TCA (trastornos de la conducta alimentaria, que a su vez, según la Asociación Americana de Psiquiatría, se clasifican en dos tipos: Anorexia Nerviosa (AN) y Bulimia Nerviosa (BN)).



Sobre la aportación de minerales, se destaca que el trigo, el apio, los espárragos, los higos, las patatas y las berenjenas son alimentos ricos en zinc.

El pescado de masa azul, muy popular en la alimentación de los pueblos mediterráneos, se considera muy beneficioso, pues sus grasas son poliinsaturadas, es decir poseen la capacidad de reducir y controlar la tasa de colesterol en sangre.

- las formas y maneras de ingerir y de cocinar los alimentos, que caracterizan a este modelo alimentario.

En general, la Dieta Mediterránea se caracteriza por consumir alimentos crudos, lo que supone que el contenido en compuestos antioxidantes de estos alimentos no se habrá alterado por acción de la cocción; como tampoco se habrá alterado la estructura de sus ácidos grasos mono y poliinsaturados que, debido a su riqueza en dobles enlaces, también serán un elemento de protección adicional ante la oxidación.

- Los productos y sabores de la dieta mediterránea resultan familiares a los estadounidenses, lo que la favorece para ser promovida en primer lugar. La cultura mediterránea está en la base de la cultura occidental.

La dieta mediterránea, renombrada en los cinco continentes y la gastronomía basada en sus secretos, son actualmente más un propósito que una realidad en la mayoría de mesas mediterráneas, y enfrentan problemas que es necesario identificar y combatir, a saber: el abandono paulatino de los hábitos alimentarios, la desaparición de los referentes patrimoniales, la globalización y estandarización del gusto.

Los riesgos de la pasividad ante las amenazas que hoy se ciernen sobre la dieta mediterránea, tienen efectos múltiples asociados a la aparición de enfermedades relacionadas con nuevos hábitos de alimentación y de vida, el incremento del peso corporal¹⁹, la disminución de la longevidad, el aumento de la indefensión del consumidor ante mensajes publicitarios engañosos y de la vulnerabilidad de su

¹⁹ Grecia es hoy el país de la Unión Europea con la media más alta de índice de masa corporal, y tres cuartas partes de los griegos tienen sobrepeso o son obesos. Más de la mitad de los italianos, españoles y portugueses sufren igualmente de sobrepeso, al tiempo que se ha producido un notable incremento de calorías y carga glicémica en las dietas de los residentes del norte de África y Oriente Medio. España es el país que ha registrado el mayor aumento, donde la grasa constituía tan solo el 25% de la dieta hace cuatro décadas y ahora supone el 40%. Fuente: Castells, M (2008).



derecho de elección de una alimentación variada y equilibrada, el irrespeto al patrimonio inmaterial de los paisajes y tradiciones de los pueblos mediterráneos y las alteraciones a la sostenibilidad ambiental²⁰.

I.5.- La perspectiva CTS con enfoque de transferencia tecnológica para el estudio del fenómeno de la Cocina Mediterránea.

Según López Cerezo (2001), la expresión Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS) suele definir un ámbito de trabajo académico, cuyo objeto de estudio está constituido por los aspectos sociales de la ciencia y la tecnología, tanto en lo que concierne a los factores sociales que influyen sobre el cambio científico-tecnológico, como en lo que atañe a las consecuencias sociales y ambientales.

Los estudios CTS se originaron hace tres décadas a partir de nuevas corrientes de investigación en filosofía y sociología de la ciencia, y de un incremento en la sensibilidad social e institucional sobre la necesidad de una regulación democrática del cambio científico-tecnológico.

La perspectiva CTS defiende otra consideración de las relaciones entre ciencia y sociedad que podría ser resumida en el llamado silogismo CTS²¹:

- El desarrollo científico-tecnológico es un proceso social conformado por factores culturales, políticos y económicos, además de epistémicos.
- El cambio científico-tecnológico es un factor determinante principal que contribuye a modelar nuestras formas de vida y ordenamiento institucional.
- Constituye un asunto público de primera magnitud.
- Compartimos un compromiso democrático básico.
- Por tanto, deberíamos promover la evaluación y control social del desarrollo científico-tecnológico, lo cual significa construir las bases educativas para una participación social formada, así como crear los mecanismos institucionales para hacer posible tal participación.

El enfoque CTS considera que la ciencia, la tecnología y la sociedad son elementos en continua interacción.

²⁰ Por ejemplo, las poblaciones rurales se verían muy perjudicadas, ya que si desaparecen las costumbres tradicionales mediterráneas y se abandonan los cultivos, estas tendrían que emigrar y se produciría una erosión del suelo.

²¹ Según afirman reconocidos autores, entre ellos José Antonio López Cerezo en su obra Ciencia, Tecnología y Sociedad: una aproximación conceptual, publicada en el 2001 por la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).



En esta investigación se aprecia la interacción de la actividad científica y tecnológica en el ámbito de la gestión, con múltiples aspectos de lo social en la gestión de la cocina, como campo de actividad.

Según Jiménez, José M. (2003), la transferencia de tecnología *“es el proceso de transmisión del saber hacer (know-how, savoir faire), de conocimientos científicos y/o tecnológicos y de tecnología de una organización a otra. Las fuentes de transferencia u orígenes de la tecnología transferida son de muy diversos tipos”*.

En general, se entiende por transferencia de tecnología el movimiento de productos y procesos tecnológicos o información acerca de ellos, (Guerin, 2001, Bozeman, 2000). Se trata de un proceso que produce un aprendizaje en los distintos actores implicados, un proceso interactivo y multidimensional. Así, se concibe como un proceso interactivo entre varios actores, en el que intervienen diferentes formas de conocimiento (tácito/explicito; técnico/cotidiano), relaciones de reciprocidad, unos determinados mecanismos de comunicación.

Además, en torno a la transferencia de tecnología, las actividades son múltiples y sobrepasan el marco estrictamente técnico: difusión de la información, puesta a punto de locales, prestaciones de servicios (pericias, períodos de prácticas...).

Desde una óptica CTS, el estudio de la Cocina Mediterránea para la introducción de su oferta en Varadero, solo podría abordarse, partiendo de que se trata, en esencia, de un proceso de transferencia tecnológica, pues la tecnología no es más que una forma de la experiencia y del saber organizado, y esta cocina regional es un saber tradicional que puede ser trasladado o transferido al entorno del Balneario.

Luego de “trasvasada” la Cocina Mediterránea a Varadero, este estudio pretende que su transferencia sea seguida de un proceso de asimilación y explotación efectiva de la misma por parte de sus destinatarios – empresas proveedoras de servicios de restauración extrahotelera de la Sucursal Palmares Matanzas, en las que factores que podríamos llamar “culturales” de las organizaciones receptoras son claves para el resultado satisfactorio y efectivo de dicha transferencia.

En las empresas proveedoras de servicios de restauración extrahotelera de la Sucursal Palmares Matanzas se dan las tres condiciones, que Tofler (1985) identificó como necesarias para que la transferencia tecnológica sea aceptada, demandada y explotada eficientemente, a saber:



- una enorme presión exterior, que proviene del recrudescimiento de la competencia en el Polo, de los cambios en los gustos de los clientes, de mayor conciencia y más elevadas exigencias medioambientales, de demandas de mayor rentabilidad, mejores prestaciones, resultados y de puesta en marcha de actividades nuevas que hasta ahora no realizaba la Organización.
- gente dentro (ya sea de la alta gerencia, de los responsables intermedios de determinadas áreas, o de toda la organización en general) que está fuertemente insatisfecha con el orden existente y con los resultados que hoy se alcanzan.
- una alternativa coherente de desarrollo del Grupo Empresarial Palmares, presentada en un modelo, lo que garantiza que la transferencia de tecnología sea un proceso eficiente. El hecho de tratarse de un modelo que contempla la diversificación del producto y su alineamiento con las mejores tendencias internacionales, permite su mejor aceptación por parte de los afectados por el proceso y en particular por los responsables que deben justificar su adopción.

La transferencia de tecnología, en el caso de la Cocina Mediterránea, hará un mayor hincapié en los componentes culturales, organizativos y otros diversos que permiten a las organizaciones receptoras de dicha transferencia asimilar y explotar sus resultados teniendo en cuenta, además, el interés en potenciar las empresas medianas y pequeñas y los sectores tradicionales, que son los más necesitados de innovación por su impacto relevante en el desarrollo económico local y en el empleo. Abordar el estudio de la Cocina Mediterránea, como proceso de transferencia tecnológica, supone:

- Que la Cocina Mediterránea no es una suma de recetas, con lo que se evita caer en la fácil tentación de estudiar la gastronomía por los resultados culinarios, por el plato, tal y como se saca a la mesa.
- Que hablar de Cocina Mediterránea es “penetrar en los recovecos de la etnografía, de la economía, la organización social y la mentalidad de los pueblos mediterráneos”²², o sea requiere de un enfoque multidisciplinario, pues se trata de un “hecho social total”, en el sentido del término que acuñó Igor de Carine²³ para

²² Según afirma Beltrán Martínez, Antonio (1995), en su obra “Comer y Beber en Aragón”.

²³ Tomado de Carine, Igor (1995) en “Actas del Congreso Internacional de Gastronomía”.



destacar “aquellos hechos en los que pueden influir todas las áreas de la cultura”. En efecto, se trata de un material ideal para el análisis antropológico, por la diversidad de dimensiones que comporta.

- El ambiente (no solo natural, sino patrimonial y cultural) del Polo Turístico de Varadero.
- Las personas que trabajan en los establecimientos de servicios gastronómicos en el Polo.
- Las personas que consumen los servicios gastronómicos que se ofertan en el Polo, y las tendencias de su comportamiento, como consumidores, entre las que se encuentran: el incremento de la conciencia sobre la importancia de una alimentación sana, la motivación múltiple hacia la alimentación, la necesidad de disfrutar de experiencias memorables asociadas a la alimentación, etc.
- Las corrientes actuales de la restauración, una de las cuales es el auge de las cocinas regionales y entre ellas el boom de la Cocina Mediterránea.
- El “enfoque de actores” en el propósito de incrementar la presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo, o sea de la interacción, entre: los responsables de la gestión turística de Varadero, como polo turístico, como destino turístico; los gestores de la actividad de restauración intra y extrahotelera; los colectivos laborales de los establecimientos restauranteros, los clientes que acceden a los servicios de estos, y la comunidad.
- El “enfoque de conflictos” en la intención de diseñar, promocionar y gestionar exitosamente la oferta de la Cocina Mediterránea en el Polo, o sea el reconocimiento que no hay espacio donde el conflicto no se manifieste.

Además el enfoque CTS exige considerar la relación de la Cocina Mediterránea como fenómeno, con los problemas de carácter global, que preocupan hoy a la humanidad, entre los que se encuentran “la salud y la enfermedad”.

Las dos causas principales de muerte prematura, son las enfermedades cardiovasculares y las enfermedades carenciales, ambas están ligadas estrechamente con la cocina y la mesa. Las primeras aquejan a las poblaciones donde hay exceso de comida y las segundas, a aquellas cuyos habitantes desconocen si tendrán para comer al día siguiente.

No ha habido ningún momento en la historia en el que se haya hablado tanto y con tanta audiencia de los temas relacionados con la alimentación y la gastronomía. La



sociedad de comienzos del siglo XXI se caracteriza por su preocupación por los temas relativos a la dietética y la alimentación. Además, nunca como en las dos últimas décadas se ha investigado tanto en lo relativo a las propiedades de los alimentos, a su cultivo, a su conservación y sus errores. Hoy sabemos sobre los alimentos y su composición más que nunca. Por si eso no fuera poco, proliferan las instituciones dedicadas a estudiar y poner en prácticas las relaciones entre alimentación, salud y bienestar. La preocupación por crear saludables hábitos alimentarios forma parte de todos los programas de mejora sanitaria en todo el mundo, comenzando por la escuela. Por esta razón tantas miradas se han dirigido al modelo mediterráneo, ponderando las virtudes que sustentan la expansión que hoy vive la cocina de esta región.

A partir de una encuesta²⁴ realizada por Rodger W. Bybee, se identificaron los temas que adquirirán progresivamente mayor importancia en la educación. Así entre los 12 problemas globales que recibieron mayor número de respuestas, ordenados de mayor a menor importancia relativa, se encuentra en el lugar número seis: “salud y enfermedad”, que como se aprecia en la Tabla No. 1 está relacionado con la dieta y la nutrición.

Problema global	Ejemplos específicos
1. Hambre mundial y recursos alimentarios	Producción de alimentos, agricultura, conservación de granos
2. Crecimiento de la población	Población mundial, inmigración, capacidad de sustentación y prospectiva general
3. Calidad del aire y atmósfera	Lluvia ácida, calentamiento global, adelgazamiento de la capa de ozono
4. Recursos acuíferos	Estuarios, abastecimiento, distribución, tratamiento, contaminación de aguas subterráneas y por fertilizantes
5. Tecnología para la guerra	Gases que afectan el sistema nervioso, desarrollos nucleares, tratados sobre armamento
6. Salud y enfermedad	Enfermedades infecciosas y no infecciosas, dietas y nutrición, ruido, ejercicio, salud mental
7. Déficit energético	Combustibles fósiles y sintéticos, energía solar, ahorro de energía
8. Uso de la tierra	Erosión, desarrollo urbano, deforestación, desertificación, salinización, pérdida del hábitat de especies
9. Sustancias peligrosas	Residuos sólidos, productos químicos tóxicos, plaguicidas, plomo en el ambiente
10. Reactores nucleares	Manejo de residuos nucleares, reactores de cría, seguridad, terrorismo
11. Extinción de plantas y animales	Reducción de la diversidad genética, protección animal
12. Recursos minerales	Minerales metálicos y no metálicos, minería, depósitos de baja ley, reciclado y reuso

Tabla No. 1: Problemas globales relacionados con la ciencia y la tecnología, más utilizados a nivel mundial en la enseñanza. **Fuente:** Bybee, Rodger W. (2004).

²⁴ La encuesta, según refiere Garritz Andoni (1994), formó parte de una investigación realizada por el Bybee, acerca de la frecuencia con la que 262 educadores de 41 países empleaban ejemplos de problemas globales relacionados con la ciencia y la tecnología, así como alrededor de su opinión respecto a su inserción en el proceso enseñanza-aprendizaje. Sólo se refieren casos encuestados de Brasil, Costa Rica, España, Panamá y Venezuela en Iberoamérica.



En pocas palabras, el enfoque CTS para el estudio de la Cocina Mediterránea en la intención de incrementar su presencia en la restauración extrahotelera del Polo Turístico de Varadero, significa asumir la complejidad, multicausalidad y multidimensionalidad de los impactos de este fenómeno.

I.6.- Conclusiones parciales del 1^{er} Capítulo.

Al término de este capítulo, se construye un marco teórico – referencial apropiado para este estudio, en el que se:

- Conceptualiza a la cocina, como fenómeno humano complejo
- Fundamenta la perspectiva cultural y multidisciplinaria, como enfoques apropiados para el estudio de la cocina.
- Sustenta que la escala de valores gastronómicos de una región, de un pueblo, de una clase social o de un individuo depende de un conjunto de razones socioculturales, naturales y económicas.
- Distinguen a la antigüedad, localización geográfica, la relación con otros aspectos de la cultura; como características básicas que definen la esencia de la cocina regional.
- Establece el carácter inestable e inmaterial de la cocina regional, como patrimonio cultural de los pueblos.
- Identifican los efectos encontrados, que la urbanización, la globalización y las nuevas condiciones del mercado, han producido sobre la cocina regional y la transformación de los hábitos alimentarios.
- Explican los factores que han condicionado el renacimiento de las cocinas regionales y locales.
- Caracteriza a la Cocina Mediterránea, como un patrimonio construido social e históricamente por los pueblos de esta región, el que se ha ido enriqueciendo y modificando generacionalmente y se ha recreado y transformado localmente.
- Identifican los rasgos distintivos de la Cocina Mediterránea y las ventajas (asociadas a estos rasgos y a otros factores), que han hecho que este modelo alimentario sea en la actualidad uno de los más prescritos y publicitados.
- Describe el estado actual de la Cocina Mediterránea y los efectos múltiples de las amenazas que se ciernen sobre ella en su región de origen.



- Fundamenta la consistencia del enfoque CTS para el estudio de la Cocina Mediterránea.
- Conceptualiza a la cocina y al turismo, precisándose las intersecciones e interrelaciones entre ambos fenómenos.
- Explica el auge de la gastronomía, como recurso para estructurar productos turístico - culturales sólidos, singulares y rentables en términos económicos, sociales y ambientales.
- Destaca la capacidad de la gastronomía para fijar en la memoria un determinado sentido de lugar, de la experiencia que tuvo el turista en su visita.
- Argumenta que la gastronomía constituye una motivación vinculada al turismo en función de la satisfacción de necesidades de tipo físico, cultural, interpersonal y de status y prestigio.



Capítulo II: Caracterización del escenario y del diseño del estudio.

II.1. Caracterización del Grupo Extrahotelero Palmares.

El Grupo Empresarial Extrahotelero Palmares inicia sus actividades el 1^{er} de noviembre del 2004, como consecuencia del proceso de reestructuración llevado a cabo por el MINTUR en el cual se extinguieron las empresas Palmares, Rumbos, Cubasol, y la extrahotelera de Gran Caribe para dar lugar a esta nueva empresa. De esta forma surge la Sucursal Extrahotelera Palmares Matanzas, cuyos principales supuestos estratégicos son los siguientes:

Misión

La Empresa Palmares Matanzas, brinda un servicio eficiente de recreación y gastronomía a clientes nacionales e internacionales, apoyados en la profesionalidad de su capital humano que promueve los mejores valores culturales de nuestra sociedad.

Visión

Contar con renovados servicios recreativos que resulten atractivos al turismo internacional y como complemento una oferta gastronómica típica y diferenciada.

Proyecciones estratégicas

- Elevar la gestión comercial de cada una de las unidades, en los aspectos de: Ventas, Publicidad, Información, Promoción, Relaciones Públicas y Fidelización de receptivos.
- Continuar diversificando la oferta gastronómica, de manera extensiva e intensiva.
- Lograr el cumplimiento de los planes de ingresos y utilidades con crecimientos anuales.
- Trabajar en el mejoramiento de la comunicación, la motivación, la superación de la inercia al cambio y el sentido de pertenencia de los trabajadores.

Actualmente²⁵ las instalaciones de servicio al cliente de la Sucursal Palmares Matanzas se estructuran organizativamente en 11 divisiones, y para la organización de la actividad existen siete direcciones administrativas.

²⁵ En el momento en que se entrega y defiende esta memoria escrita – septiembre/octubre de 2010, tiene lugar un proceso de perfeccionamiento de la estructura organizativa de la Sucursal Palmares Matanzas, a partir del cual y por criterios espaciales, se reducirá significativamente el número de divisiones, haciéndose más plana y flexible esta organización empresarial.



Este Grupo Extrahotelero tiene como principal política: implantar un sistema de calidad en todo el grupo, a fin de garantizar que las ofertas de los productos turísticos en todas las modalidades muestren niveles de calidad que se correspondan con los estándares internacionales y satisfacer las expectativas de los clientes.

La organización de los servicios de acuerdo a líneas de negocios y marcas comerciales, permite distinguir, como principales líneas de negocio las siguientes:

- comida rápida, restaurantes, bares, centros de arte y entretenimiento, comercio especializado, complejos turísticos, franquicias, turismo de naturaleza, turismo deportivo.

El objeto de estudio se centra en la línea de productos: restaurantes restauración. Esta línea de productos tuvo en el 2008 un total de ventas de 3 047 677 CUC, y en el 2009 un total 3 385 166 CUC. En cuanto al total de clientes que recibieron las instalaciones de restauración, fue de 568 250 en el 2008, ascendiendo a 703 177 en el 2009, como se muestra en el gráfico No. 2.

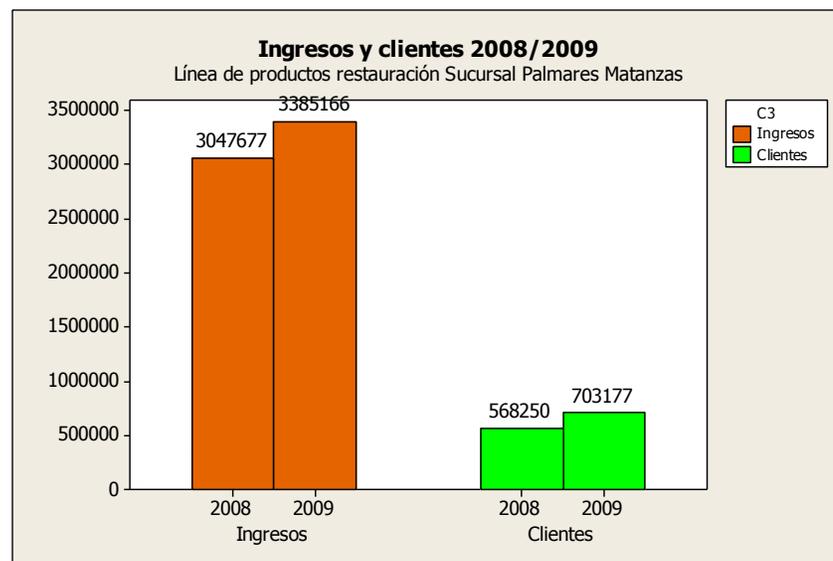


Gráfico No. 2: Productos y clientes 2008/2009 en la línea de restauración de la Sucursal Palmares Matanzas. **Fuente:** Elaboración propia a partir de datos suministrados por la Dirección Comercial.

Estos establecimientos que ofertan servicios de restaurantes extrahoteleros y culinarios con un mayor nivel de complejidad, poseen una imagen que los identifica y caracteriza de manera coherente con sus servicios, a través de ofertas, decoración, mobiliario y ambientación musical, categoría y segmento de mercado que atiende.



En términos generales los restaurantes de la empresa deben verse diferencialmente en Cárdenas y Matanzas por una parte; ciudades de mediano tamaño, con fuerte presencia de una gastronomía en moneda libremente convertible y nacional; por otra parte Varadero, donde la presencia del turista extranjero es más determinante y donde las características de Polo Turístico ponen su impronta en el comportamiento y consumo del cliente nacional.

Dentro de Varadero, se distinguen restaurantes ubicados en zonas de poca densidad y afluencia de clientes, pero con clientes de mayor poder adquisitivo, como es el caso de la Mansión Xanadú y Mesón del Quijote; zonas de bajo poder adquisitivo y alta densidad de visitantes en horario diurno como Caminos del Mar, de la Calle 13 a Calle 50; zonas de poder adquisitivo bajo y medio y alta afluencia como la del área de la Calle 50 hasta el Restaurante Barbacoa, Plaza América y Parque Josone.

II.2.- Caracterización del diseño del estudio.

El propósito de este epígrafe es describir algunos de los elementos que caracterizan el diseño del estudio, entre los que se encuentran: procedimiento, tipología, métodos, universo y muestra.

II.2.1.- Procedimiento

El estudio ha sido diseñado en un proceso de seis fases, que está compuesto a su vez, por dos perspectivas: cuantitativa y cualitativa, el cual se ilustra y explica a continuación. (Figura No. 2)

Fase I: Organización y diseño de la investigación.

Se diseña el proyecto de investigación y aportan sus principales presupuestos metodológicos: problema (justificación, viabilidad, consecuencias), preguntas científicas, objetivos general y específico, caracterización y contextualización de los métodos y herramientas). Se programan las tareas.

Fase II: Obtención y procesamiento de la información para la construcción de un marco teórico referencial e inventariar las fuentes disponibles de información secundaria.



Se determinan los ejes temáticos, sobre los que se estructurará el marco teórico referencial.

Se realiza una amplia revisión bibliográfica acerca del estado del arte y la práctica con referencia a los ejes temáticos determinados.

Se procede a determinar las fuentes para recopilar los datos primarios y secundarios requeridos en la investigación.

Se inventarían las fuentes disponibles de información secundaria, apropiada a los propósitos del estudio.

Fase III: Delimitación del universo y de la muestra.

Se definen los sujetos en estudio.

Se identifica el universo, delimitándolo temporal y espacialmente.

Se conforma la muestra, previa determinación del método de muestreo.

Fase IV: Estado actual de la restauración extrahotelera en Varadero.

En esta fase se ejecutan las siguientes tareas:

- Caracterización sociodemográfica del universo y la muestra.
- Análisis de las fuentes de información secundaria disponible.
- Observación.
- Diseño y administración del cuestionario diseñado.

Se realiza la integración e interpretación de los resultados de las diferentes tareas ejecutadas, a partir de un Grupo de Enfoque.

Fase V: Estado actual y sugerencias para el incremento de la Cocina Mediterránea en Varadero.

En esta fase se ejecutan las siguientes tareas:

- Análisis de las fuentes de información secundaria disponible.
- Observación.
- Entrevistas en profundidad a los sujetos en estudio, según guía diseñada para cada grupo de ellos.

Se realiza a partir de un Grupo de Enfoque:

- La integración e interpretación de los resultados de las diferentes tareas ejecutadas.



- La formulación de sugerencias para el incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero.
- La elaboración, implementación y validación parcial de un Programa de formación/capacitación en materia de Cocina Mediterránea, que contribuye a que los sujetos puedan participar responsable y críticamente en el proceso de incremento de su presencia en el Polo Turístico de Varadero.

Fase VI: Validez y fiabilidad del instrumento utilizado para la evaluación de la fiabilidad del instrumento diseñado.

- Se ejecuta el modelo Alfa de Cronbach para la evaluación de la consistencia interna de la escala del instrumento.
- Se ejecuta la evaluación de la validez del contenido del instrumento.

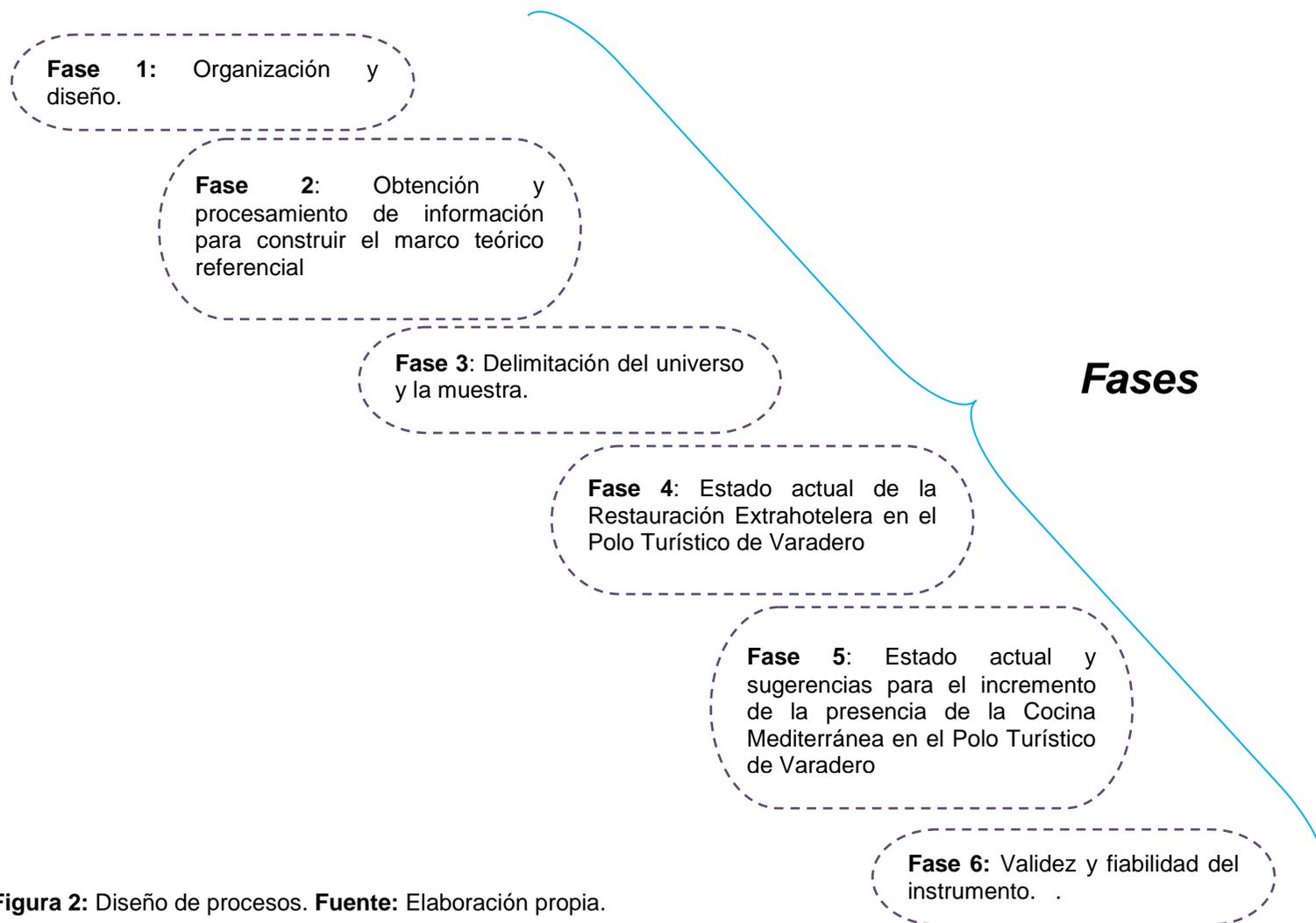


Figura 2: Diseño de procesos. **Fuente:** Elaboración propia.



II.2.2.- Tipología.

La investigación, por la profundidad de su objetivo gnoseológico es: exploratorio – descriptiva, por el control de las variables -no experimental, por el carácter de la medida -predominantemente cualitativa, por el carácter del marco en que tiene lugar de campo y en condiciones naturales del objeto de estudio, por su orientación -enfocada a la aplicación y por la forma en que se toman los datos - transversal.

La investigación es exploratorio descriptivo ya que en ella se especifican las propiedades importantes de la Cocina Mediterránea como fenómeno que se ha sometido a análisis, se miden y evalúan diversos aspectos y dimensiones del fenómeno de interés, de manera independiente en el contexto de la restauración extrahotelera en Varadero. Después se integran dichas observaciones con el fin de definir cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno.

Esta investigación responde a un diseño **no experimental**, ya que en ella no se ha manipulado ninguna variable, únicamente se ha limitado a la revisión, descripción e interpretación de la información obtenida para el estudio del fenómeno tal y como se da en su entorno natural.

La **perspectiva predominante en esta investigación es la cualitativa**, en la que se expresa los acontecimientos, acciones, normas, valores, desde la perspectiva de las personas que están interviniendo en calidad de sujetos, ellos son:

- Clientes de la restauración extrahotelera del Polo Turístico de Varadero (turistas y visitantes, tanto extranjeros, como cubanos)
- Proveedores de servicio de restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero (directivos, cocineros y gastronómicos)
- Informantes claves (autoridades de reconocido prestigio en materia de restauración extrahotelera)

La investigación cualitativa reconoce la subjetividad de los sujetos como parte constitutiva de su proceso indagador. Ello implica que las ideologías, las identidades, los juicios y prejuicios, y todos los elementos de la cultura impregnan los propósitos. El problema, el objeto de estudio, los métodos e instrumentos, forman parte incluso, de la selección de los recursos y los mecanismos empleados para hacer la presentación, divulgación de los resultados e interpretaciones del estudio.

Algunas de las ventajas de los estudios cualitativos que se tienen en cuenta en el marco de referencia, explican las respuestas y establecen una realidad dinámica.



Desde el punto de vista metodológico, son sumamente flexibles, captan la naturaleza exacta del problema y en ellos, la creatividad y la decisión del investigador desempeña un papel importante.

La investigación es **de campo y en condiciones naturales del objeto de estudio** por el carácter del marco en que tiene lugar, ya que es en su ubicación natural, destino Varadero, donde se procuran y recopilan los datos acerca de los actores y grupos de interés relevantes para el estudio de la Cocina Mediterránea.

Esta investigación por su orientación está enfocada a la aplicación y responde a la esencia del paradigma de la investigación-acción, que consiste en mejorar la práctica en vez de generar conocimientos meramente teóricos y, en todo caso, propiciar la construcción de conocimientos prácticos y aplicables, por lo que la producción y utilización del conocimiento se subordina a esta esencia y está condicionado por ella. La investigación, por la forma en que se toman los datos, es un **estudio transversal**, ya que es como una foto instantánea en el tiempo, en la que queda reflejada la situación de la Cocina Mediterránea, tal como era en el momento determinado en que se realizó el estudio, enero-junio de 2010.

II.2.3.- Métodos.

II.2.3.1.- Método general.

El método teórico general de investigación es la **dialéctica-materialista**, entre cuyos principios se encuentran:

Histórico-Lógico: El método histórico estudia la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el transcurso de la historia. El método lógico permite descubrir las leyes generales del funcionamiento y desarrollo de los fenómenos. Su aplicación se evidencia en la determinación del origen, desarrollo y estado actual de la Cocina Mediterránea.

Análisis-Síntesis: El análisis posibilita descomponer mentalmente un todo complejo en sus partes y cualidades, como en sus múltiples relaciones y componentes. La síntesis permite establecer mentalmente la unión entre partes previamente analizadas, que posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos que forman parte de la realidad.

El método analítico-sintético permea todo el trabajo de investigación; así por ejemplo, a partir de las peculiaridades de los ingredientes, la manera en que se preparan los



platos, los hábitos alimentarios de la Cocina Mediterránea; el análisis, se argumenta en la implicación positiva de ésta para el organismo humano (síntesis).

Hipotético-Deductivo: El método hipotético es una forma de razonamiento por medio de la cual se pasa de un conocimiento particular a un conocimiento general. El método deductivo también es una forma de razonamiento por medio del cual se pasa de un conocimiento general a un conocimiento particular.

A partir de un proceso hipotético, en el que a través de entrevistas en profundidad, se conocen las percepciones de los sujetos de la investigación, según las valoraciones que se hacen sobre la Cocina Mediterránea, fue posible derivar sugerencias válidas para la expansión de su presencia en el Polo Turístico de Varadero.

A partir de un proceso deductivo de toda la bibliografía e investigaciones consultadas fue posible contextualizar al caso particular de la Cocina Mediterránea, como elemento representativo de la llamada cocina regional.

Abstracción-Concreción: Mediante un proceso de abstracción, se separa el proceso de incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero en partes, a partir de acciones que deben mejorar la contribución a este propósito, de los diferentes sujetos de investigación. A partir de esto se construye una estrategia para el incremento de la presencia (lo cual se denomina elevación de lo abstracto a lo concreto).

Investigación-Acción: Para contribuir a resolver el problema de la ausencia de la Cocina Mediterránea en la restauración extrahotelera en Varadero, se sustenta esta ausencia a través del diagnóstico, se evidencian sus implicaciones negativas, se traza una estrategia y se sugieren las acciones correspondientes para transformar esta realidad y obtener los beneficios que se derivan del incremento de este tipo de cocina en la oferta del Polo Turístico de Varadero

II.2.3.2.- Métodos específicos.

El enfoque seguido para este estudio exploratorio-descriptivo del campo que nos ocupa, utiliza simultáneamente datos secundarios (preexistentes al desarrollo de la investigación) y datos primarios (generados durante la investigación).

Las herramientas utilizadas en esta investigación para generar, procesar y/o interpretar los datos son de carácter cualitativo y cuantitativo. Entre las herramientas se encuentran: la encuesta, la observación estructurada, la entrevista en



profundidad, el grupo de enfoque, el análisis de la información secundaria (de los documentos y estudios preexistentes).

La cuantificación, el control y la reducción de la variabilidad de los datos primarios y secundarios recopilados a partir de las herramientas descritas con anterioridad, se realiza con la ayuda de la estadística descriptiva e inferencial (instrumentos gráficos; estadígrafos de posición, tendencia central, dispersión, y distribución; concordancia entre los evaluadores que integran el grupo nominal; consistencia de la escala).

Para todo ello se auxilia esta investigadora de los softwares de aplicación estadística Minitab v 14 y SPSS v 18.

II.2.4.- Herramientas empleadas.

La encuesta

La encuesta o cuestionario es una de las herramientas más usadas en la investigación social, su aplicación en este trabajo transitó por las etapas que se relacionan a continuación:

Etapa I Diseño muestral.

- Determinar el universo.
- Delimitar el tamaño de la muestra.
- Seleccionar el método de muestreo.

Etapa II Diseño del cuestionario.

- Contenido de las preguntas.
- Tipo de preguntas.
- Secuencia de las preguntas.
- Pretest.
- Revisión y cuestionario final.

Etapa III Organización y realización del trabajo de campo.

Etapa IV Creación de base de datos y análisis de información.

Etapa V Interpretación de los resultados. Informe Final.

Cada una de estas etapas tiene objetivos propios y contribuye de manera especial al éxito de la aplicación, sin pretender ahondar, se procede a caracterizar brevemente cada una de las mismas.



Etapa I Diseño muestral

El Universo o Población es el conjunto de elementos o personas que son objeto de estudio por parte de la investigación. Su determinación es crítica para la efectividad de la investigación, y está condicionada por los objetivos y las necesidades de la investigación.

Un universo o población adecuadamente designados, deben definirse en términos de:

1. Unidades de muestreo (pueden ser personas, familias, empresas, procesos, otros.)
2. Ámbito
3. Tiempo

Las características de la muestra permiten establecer las características de la población.

Ya que sobre muestreo e inferencia estadística existe abundante literatura, en la presente caracterización de las etapas de la aplicación de la encuesta, no se hace referencia ni a los procedimientos para determinar el tamaño de la muestra, ni al método de muestreo.

Etapa II Diseño del cuestionario

Lo primero es definir el propósito del cuestionario, a su vez condicionado por los objetivos de la investigación.

Una vez definido el propósito, para poder precisar aún más los objetivos informativos del problema investigado y traducirlos a preguntas, el investigador debe proceder a la lectura de revistas y publicaciones científicas, al desarrollo de entrevistas en profundidad o focus group con clientes, empleados o expertos.

Las preguntas deben arrojar datos de relevancia de acuerdo al propósito del cuestionario y a los objetivos de la investigación.

Las preguntas pueden ser abiertas o cerradas, en cuadros (se utilizan para recoger más de una información, normalmente en cuadros de doble entrada), de filtro (son preguntas cerradas, de muy pocas opciones, de cuyas respuestas dependen otras), de control (se utilizan para comprobar la veracidad y coherencia de respuestas dadas con anterioridad, incluyen respuestas falsas o alguna "trampa" para que el entrevistado se percate de ellas), de consistencia (se trata de comprobar la consistencia de las respuestas, preguntas similares que se sitúan espaciadas entre



sí, para ver si las respuestas a ambas son iguales), de introducción o contacto (se hacen para iniciar el cuestionario o para pasar de un tema a otro, con el objetivo de crear un clima de confianza e interés).

La secuencia de las preguntas en el cuestionario debe ser:

- Definición del propósito.
- Instrucciones.
- Preguntas claras.
- Datos de clasificación.
- Agradecimiento.

Pretest – es la prueba del cuestionario ante una submuestra (25-30 elementos de características similares a la muestra definitiva), con el fin de detectar problemas y de corregirlos.

Los elementos de análisis en el pretest, son:

- Comprensión: Repetir (el encuestado hace repetir la pregunta).
- Preguntar: (el encuestado pregunta sobre la pregunta o respuesta del cuestionario con inflexión interrogativa).
- Recuerdo: Pausa (al responder pausa de más de 3 segundos).
- Olvido: (no recuerda).
- Ruptura: (parar a mitad de frase y empezar con nueva frase).
- Juicio: Ininteligible (no se entiende, frase Um!).
- Falta de confianza (el propio encuestador no tiene confianza en sí mismo para responder, tal vez, quizás...).
- Respuesta: (falta de respuesta: no sé, no puedo contestar...).

Los resultados de la revisión y cuestionario final son: el análisis resultante del Pretest, la codificación para facilitar la introducción en el ordenador y el posterior tratamiento informático/estadístico. Sobre el tratamiento informático, este puede efectuarse a partir de alguna Hoja de Cálculo, por ejemplo Microsoft Excel o de un programa informático específicamente con este fin, por ejemplo Microsoft Access, Minitab, Statgraphic, SPSS.

Etapa III Organización y realización del trabajo de campo

El éxito de esta etapa se asegura con la elaboración de un plan para el trabajo de campo, la implementación de las actuaciones consideradas en el plan, y la consideración de alternativas para aplicar en caso de necesidad.



Etapa IV Creación de base de datos y análisis de información

Las bases de datos pueden crearse en cualquiera de los softwares existentes en el mercado para el procesamiento estadístico de información.

El análisis de la información (los métodos y herramientas) dependerá de los propósitos, alcance y recursos disponibles en el estudio.

Etapa V Interpretación de los resultados e informe final

El análisis se realiza en función de los objetivos de la investigación, utilizándose el tratamiento estadístico que proceda. Es importante la representación gráfica de los datos obtenidos y la objetividad y rigurosidad en la información.

Se distinguen:

- Informe Técnico: Se incluye metodología, procedimientos, entre otros.
- Informe Divulgativo: Destinado a una audiencia más general.

En el presente estudio se diseña y administra un cuestionario para evaluar la percepción de los clientes acerca del estado actual de la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero, el que se muestra en el **Anexo No. 8**.

La observación

La observación es una excelente técnica para documentar lo que las personas hacen, cómo lo hacen y cómo enfrentan sus problemas; ya que la observación directa (o encubierta) de sujetos humanos, puede ser éticamente problemática y los datos recolectados poco fiables. La mayoría de los investigadores favorecen la técnica de observación del participante.

El proceso de observar está ligado al ¿por qué observan las personas?, ¿cuál es la razón de la observación?, ¿a qué propósito sirve?

Como afirmó Kart Popper: *“La observación es siempre selectiva: necesita de un objeto escogido, de una tarea definida, un interés, un punto de vista, un problema y un lenguaje descriptivo”*. (Popper K, 1965)

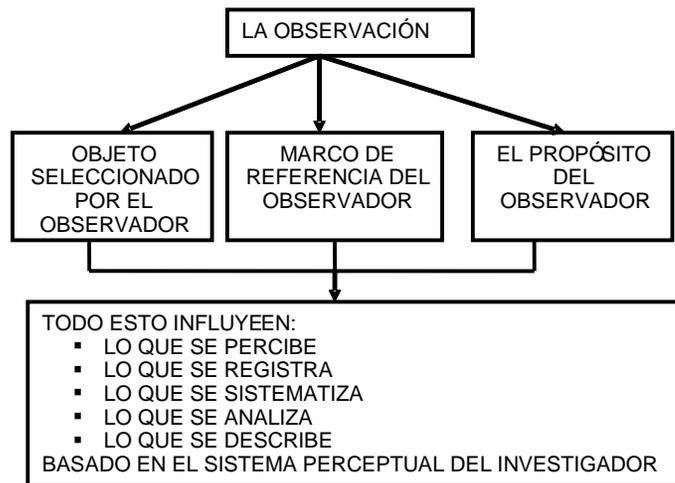


Gráfico No. 3: Características de la Observación. **Fuente:** Elaboración propia

La observación como fenómeno multifacético es:

- Evento de la vida cotidiana.
- Parte táctica del funcionamiento diario de los individuos, aunque no siempre.
- Parte de la psicología de la percepción.
- La observación es deliberada y sistemática cuando la situación lo pide.

La observación cuando responde a una pregunta es:

- Sistemática.
- Deliberada.
- Consciente como proceso.
- Proceso que puede explicarse.

La observación participante es una técnica de recolección de datos cualitativa que involucra ver y documentar lo que las personas hacen en su rutina diaria. Como el término implica la observación del participante, requiere que el investigador (llamado el observador de participantes) tome parte en la vida diaria de la persona mientras visita al doctor, compra comida o atiende a los servicios religiosos. Mientras suceden estos eventos, el observador de participantes tiene una posición única para poder hacer preguntas de por qué las cosas se hacen de manera y para comprender los retos que las personas enfrentan en sus necesidades diarias.

Uno de los valores en este tipo de recolección de datos a través de la observación es que permite comparar múltiples perspectivas. La observación puede ser comparada



a lo que las personas reportan que hacen cuando se les pregunta directamente; las fuentes de datos cuantitativos como medios de exploración y a las fuentes de datos cuantitativos como medios de validación de datos.

La observación es una de las técnicas de investigación a las que más se recurre en la perspectiva cualitativa y el presente trabajo no es una excepción en ese sentido, pues se observa, por la investigadora, la manifestación de la problemática en estudio, desde la perspectiva de sus actores, los sujetos que participan en la gestión de la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.

Debe apuntarse que los resultados de la observación están impactados por los sesgos, creencias, conocimientos, entrenamientos y habilidades de quien observa.

Para la observación se elaboró una Guía que se muestra en el **Anexo No. 9**

La entrevista en profundidad

La entrevista en profundidad realizada de forma individual busca conocer las impresiones e ideas que estas personas tienen sobre un determinado tema. Éstas, denominadas “informantes clave”, son personas que se caracterizan por tener un buen conocimiento de la realidad objeto de la investigación.

La entrevista en profundidad opera bajo la suposición de que cada persona resignifica sus experiencias a partir de la manera como ha conformado su esquema referencial, esto permite comprender por qué una misma situación es significada de manera particular por cada uno de los que se someten a ella.

Los significados que el sujeto asigna a una experiencia son personales, son íntimos, solo pueden ser reconstruidos mediante su propia palabra. Esta palabra condensa elementos de lo acontecido, con la reconstrucción personal de las vivencias que se generaron en tal situación. La experiencia de esta manera es algo íntimo, singular, que va más allá del conjunto de acciones de lo que habitualmente se reconoce como real.

La entrevista en profundidad constituye un espacio en el que se busca la producción específica de la subjetividad y de la dimensión social de la misma.

No se puede negar que esta cuestión es sumamente complicada porque la subjetividad aparece como lo opuesto y excluyente de objetividad y no como una manifestación de ésta. En el fondo, tenemos que afirmar que resulta difícil y complicado entender que en el caso del hombre, subjetividad y objetividad, forman



parte de un proceso dialéctico en el que el horizonte o frontera entre ambos no es definible.

En el contexto de este estudio, la entrevista en profundidad persigue conocer la opinión de los sujetos de investigación sobre la Cocina Mediterránea en la restauración extrahotelera del Polo Turístico de Varadero. Se confeccionó una guía para la entrevista en profundidad con cada grupo de sujetos de investigación (Ver en **Anexo No. 10**: Guía de entrevista en profundidad a proveedores del servicio de restauración, en **Anexo No. 11**: Guía de entrevista en profundidad a clientes del servicio de restauración, en **Anexo No. 12**: Guía de entrevista en profundidad a informantes claves) y se realizaron 15 entrevistas en profundidad a sujetos identificados al azar en cada grupo.

Las entrevistas en profundidad fueron conducidas por la autora del presente trabajo investigativo y sus objetivos fueron:

- Contrastar sus resultados con el diagnóstico sobre la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.
- Valorar cómo los sujetos entrevistados perciben la Cocina Mediterránea en la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.
- Identificar factores que impactan negativamente el incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero.

Para el desarrollo de las entrevistas, la investigadora se afilió a las siguientes estrategias de probada eficacia en este tipo de herramienta:

- Recurso de la complicidad: buscar una forma de ser cómplice o aliada del entrevistado, ambiente íntimo. A lo que contribuyó el hecho de que la investigadora ha realizado entrenamientos en las instalaciones, en las que laboran los sujetos entrevistados.
- Recurso de la ingenuidad: mostrarse sorprendido ante las respuestas de los entrevistados, dando sensación de información novedosa y atractiva.
- El espejo o eco: repetir las últimas palabras del entrevistado, cuando se piense que pueden tener un fuerte contenido emocional para él.
- La síntesis: resumir las expresiones vertidas por el entrevistado, para ver el efecto que le producen al ser pronunciadas por otra persona.



- La interpretación directa: consiste en emitir hipótesis sobre lo que está diciendo el entrevistado y analizar el grado de rechazo, aceptación o matización con que reacciona el entrevistado.

Grupo de enfoque

El "Focus Group" (o Grupo de Enfoque, FG) es un tipo de entrevista de grupo empleada comúnmente, en la que 5-11 personas de áreas similares, reclutadas de tal modo que cumplen características predefinidas, se ven envueltos en una discusión libre y guiada sobre un tópico. A diferencia de la entrevista de grupo estándar (que tiende a basarse en un formato más definido de preguntas y respuestas), el FG recolecta información al notar la interacción entre las personas y como llegan a un consenso o manejan un conflicto con respecto al tópico de interés.

Típicamente un moderador experimentado le presenta escenarios o problemas y uno o más observadores toman notas de la discusión e interacción resultante. Aunque los FG sí emplean preguntas, estas tienden a ser herramientas para guiar la discusión, para buscar mayor detalle o fomentar la exploración de tópicos relacionados. Presentarle al grupo escenarios o casos, también puede estimular la discusión.

Un FG es una oportunidad única de experimentar, que no reduce las personas en números y porcentajes en un informe, sino que los tiene allí en cuerpo y alma. Por esta razón, el FG proporciona una oportunidad especial de obtener un cuadro del comportamiento y actitudes, persona por persona, en vez de patrones agregados que son el resultado de la generalidad de los estudios en gran escala.

El FG o Grupo de Discusión es habitual para el análisis de cualquier problema en estudio. Su utilización posee las siguientes ventajas:

- Sitúa a las personas en situaciones naturales, de la vida real.
- Su carácter abierto permite al moderador desviarse del guión.
- Posee una alta validez subjetiva, así la técnica y los resultados obtenidos pueden ser fácilmente comprendidos.
- Tiene un coste relativamente reducido.
- Posibilita el incremento del tamaño de la muestra estudiada, sin que aumente dramáticamente el tiempo consumido en el estudio.



En este estudio se aplica el procedimiento descrito, a partir de un grupo de enfoque, compuesto por siete miembros (Ver **Anexo No. 13**), el que actuó como panel de expertos en:

- la formulación y evaluación de sugerencias para el incremento de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero.
- la evaluación de la validez de contenido del instrumento diseñado para evaluar la percepción de los clientes sobre el estado de la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.

La selección de los miembros del panel de expertos puede efectuarse por dos métodos:

- Método rápido: Generalmente a partir de listas de expertos preexistentes y/o de los criterios de los gestores de la investigación o sus asesores.
- Método estructurado: La competencia de los expertos se determina por el coeficiente de competencia, el cual se calcula en concordancia con la opinión del experto, sobre su nivel de conocimiento acerca del problema que se está resolviendo y con las fuentes que le permiten argumentar sus criterios.

En la presente investigación, se utilizó el método rápido para la selección de los miembros del panel de expertos, a partir de una serie de requisitos, preestablecidos por la autora, a saber:

- Adecuada composición del panel en cuanto a inclusión de diferentes “miradas” sobre la cocina y la restauración: la académica y la empresarial.
- Experiencia laboral igual o superior a tres años en el desempeño de funciones afines al estudio y/o gestión de cocina y la restauración.
- Desempeño exitoso de los miembros del Grupo²⁶. Las evidencias para el juicio sobre este requisito fueron:
 - Resultados sobresalientes en la evaluación general del desempeño de los últimos dos años.
 - Reconocido prestigio de los miembros del Grupo, que se estableció, entre otras vías, por previa consulta con el nivel jerárquico superior de estos.

²⁶ Según la teoría de Mc Clelland, es necesario identificar las actuaciones que se repiten en el conjunto de personas que tienen un desempeño superior en el sector que laboran.



- Preparación en materia de gestión de la restauración y la cocina, la que se evaluó a partir de un cuestionario elaborado por la autora y aplicado a los candidatos, previo a la conformación del panel.
- Voluntad de cooperar con el estudio la que se identificó, mediante entrevista directa de la autora con los aspirantes a integrar el Grupo.

Validez y fiabilidad

Fiabilidad y validez del instrumento.

Fiabilidad

En la vida cotidiana los individuos señalan juicios, diferencias y grados sobre la realidad. El concepto de medir en las ciencias sociales es mucho más complejo y amplio que en las ciencias experimentales, porque las personas poseen constructos y características que diferencian su comprensión y no pueden someterse a observación directa. Por lo tanto, una de las dificultades que tienen los investigadores sociales para acercarse a su objeto de estudio, es el problema de la medida de los fenómenos sociales.

Es importante determinar la consistencia interna de una parte del instrumento o de la totalidad de él, es decir, el grado de constancia de las respuestas que dan los individuos cuando se los somete a responder un instrumento.

La fiabilidad hace referencia al grado de coherencia entre intentos independientes para medir el mismo concepto teórico. Presenta dos acepciones: consistencia interna y estabilidad temporal.

- La consistencia interna tiene que ver con el grado de acuerdo entre distintas medidas del mismo concepto teórico, obtenidas en el mismo momento del tiempo.
- La estabilidad temporal se refiere a la consistencia de las medidas repetidas a lo largo del tiempo.

Desde la perspectiva de la consistencia interna, el estudio de la fiabilidad de un instrumento de medición, permite evaluar el grado de coherencia entre los ítems que lo componen y puede ser emprendido a partir de los siguientes métodos:

- El Método del Coeficiente Alfa de Cronbach.
- El Método de Dos Mitades (corregido por la fórmula de Spearman –Brown).
- El Método de Hoyt (análisis de Varianza).
- El Método Test-retest.



En esta tesis es estudiada la consistencia interna del instrumento diseñado para evaluar la percepción de los clientes sobre el estado de la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero, según el procedimiento de interrelación de elementos y de acuerdo con el análisis de ítems dicotómicos y no dicotómicos, conocido comúnmente como Alfa de Cronbach. Para “correr” este análisis se utilizó el paquete estadístico SPSS v 18.

Se ha propuesto como criterio para aceptar como fiable la escala del instrumento, que el Coeficiente Alfa sea igual o superior a 0,80.

La fiabilidad de un instrumento es una condición necesaria pero no suficiente en la mediación de un objeto de estudio. Medir algo con precisión no garantiza que la medida sea exacta, la exactitud la entrega la validez.

Validez

La validez se define como el grado en que la medida refleja con exactitud el rasgo, característica o dimensión que se pretende medir. La validez, entonces, hace referencia a lo que la prueba, en este caso el cuestionario, mide. Dada la amplitud del concepto, son múltiples los métodos estadísticos aplicables para su estudio.

La validez de una medida puede determinarse contemplando distintos aspectos: validez de contenido, validez en relación con el criterio (concurrente y predictiva) y de constructo.

Un primer tipo de validez a tener en cuenta es la de contenido, que alude al grado en que los ítems que forman el instrumento caracterizan al concepto que se pretende medir. La especificación de ítems que han sido generalmente utilizados en otras investigaciones para evaluar dicho concepto, el pretest del instrumento, o un análisis racional realizado por evaluadores de reconocida competencia en el área que cubre el instrumento, contribuyen a la evaluación de la validez de contenido.

En esta investigación el análisis de validez del instrumento diseñado para evaluar la percepción de los clientes sobre el estado de la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero, se limitará a esta dimensión de contenido y se hará con el uso de un cuestionario de escalamiento Likert, dirigido a evaluadores integrantes de un Grupo de Enfoque (Ver epígrafe II.2.3.2).

En resumen debe señalarse, que cualquiera que sean las circunstancias en que se desarrolle la investigación, es imprescindible demostrar la validez y la fiabilidad de



los instrumentos empleados. Si esto no se realiza la investigación sería poco confiable y carecería de valor científico alguno.

Estimado señor o señora: a continuación le presentamos un conjunto de afirmaciones contentivas de las características que deben poseer los ítems del instrumento analizado:

- Son importantes, ya que hacen referencia a aspectos que caracterizan la percepción de los clientes sobre restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.
- Son pertinentes para evaluar los aspectos que pretende medir
- Son coherentes con el propósito de describir la percepción de los clientes sobre restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.

Expresa su grado de acuerdo o desacuerdo con las mismas utilizando para ello la escala siguiente:

- 1.- Totalmente en desacuerdo.
- 2.- En desacuerdo.
- 3.- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- 4.- De acuerdo.
- 5.- Totalmente de acuerdo.

Recuadro No. 1: Cuestionario para la evaluación de la validez de contenido del instrumento. **Fuente:** Elaboración propia.

Los resultados del cuestionario aplicado se procesan a partir de los siguientes pasos:

- Construir una matriz de datos en una hoja de cálculo, donde por las columnas estarán las personas consultadas y por filas los ítems formulados. En la celda correspondiente se sitúa el valor de decisión de cada persona consultada para cada ítem.
- Calcular los estadísticos descriptivos siguientes para cada uno de los ítems y total:
 - Media.
 - Moda.
 - Mediana.
 - Varianza.
 - Desviación Estándar.
 - Rango.

Regla de decisión: Se aceptan aquellos ítems que están situados en los valores (4), y (5) el resto se elimina.

- Determinar el grado de concordancia de los evaluadores a partir del Coeficiente Kendall, suscribiendo la convención en uso para la interpretación de los valores de este coeficiente, según la cual, cuando éste es igual o mayor que 0.70, se puede afirmar que es aceptable la concordancia.



- Determinar la correlación ítem-total: Se puede calcular con los valores de estadísticos descriptivos obtenidos anteriormente utilizando para ello el paquete estadístico SPSS v 18. Este procedimiento se utiliza para el análisis y selección de los ítems. En el caso concreto de nuestra investigación, se considera un valor del coeficiente $r = 0.40$ (como adecuado para ser tomado como criterio de retención del ítem en la escala).

Una vez aplicado todo el procedimiento la conducta a seguir se deberá a los resultados alcanzados desde el punto de vista estadístico.

II.2.5.- Universo y muestras.

Universo

El universo está compuesto por los 41 restaurantes de la Sucursal Palmares Matanzas, que operaban durante el período de realización de este estudio, enero–junio de 2010.

Los restaurantes que integran el universo se listan en el **Anexo No. 14**.

El universo no solo se delimitó temporal y espacialmente, sino que se describió a partir de ciertas características de interés, las que, conforme a los propósitos de la presente investigación, tributan a la comprensión y valoración del estado actual de la cocina en la restauración extrahotelera del Polo Turístico de Varadero. Esas características son las siguientes:

- Sector de ubicación, según el Plan Maestro de Desarrollo de Varadero. Ello permitirá establecer la distribución de la oferta de restauración por sectores y relacionarla con la manera en que se distribuye la oferta de alojamiento, según el número de plazas, la categoría de los hoteles y la contribución de estos a la utilidad del Polo.
- Número de plazas. Ello posibilitará construir la segmentación de los restaurantes según su tamaño
- Ingresos. Ello facilitará segmentar los restaurantes según sus ingresos.
- Clientes y mercados. Ello contribuirá a caracterizar el negocio restaurantero, según el número de clientes y su procedencia, que condiciona en gran medida las preferencias y hábitos alimentarios de estos.
- Tematización de la comida/cocina. Ello conducirá al conocimiento del comportamiento de esta importante característica en la oferta de restauración



extrahotelera del Polo, como base para el establecer comparación con otras regiones turísticas y derivar las conclusiones que procedan de la misma.

Muestras

En el presente estudio se utilizan dos muestras: una de restaurantes extrahoteleros y otra de clientes extranjeros de los restaurantes extrahoteleros del Polo Turístico de Varadero. Ambas muestras están referidas temporalmente al período en que se realiza la investigación, enero-junio de 2010.

Muestra de restaurantes extrahoteleros del Polo Turístico de Varadero.

La muestra quedó conformada por 21 restaurantes, que representan el 51.21% del universo, y que se incluyeron a partir del método de muestreo empírico razonado (Ver en **Anexo No. 15: Métodos de Muestreo**).

Los restaurantes que integran la muestra se detallan en el **Anexo No. 16**.

En el muestreo empírico razonado se recurre a la formación de la muestra, por métodos no rígidamente casuales, adoptando por razones prácticas, criterios de tipo lógico. De esta manera se obtiene una muestra de elección razonada que puede ofrecer en algunas ocasiones, resultados incluso mejores que los obtenidos con procedimientos aleatorios.

La elección razonada se fundamenta en esta investigación, por la información disponible sobre la naturaleza y características del universo y por el profundo conocimiento de la autora sobre el problema a investigar.

Los criterios de tipo lógico considerados para componer la muestra fueron:

- Lograr que estuviesen representados en ella restaurantes:
 - pertenecientes a diferentes segmentos según:
 - número de plazas, ingresos, volumen de clientes, tematización comida/cocina, ubicación por sectores.
- Descartar la presencia de instalaciones del universo, que aunque ofertan comidas, responden mejor al concepto de cafetería y/o snack, que al de restaurante propiamente dicho.

La muestra no solo se conformó con el objetivo de aplicar una serie de instrumentos para recopilar la información primaria, considerada por esta autora como relevante para los propósitos de este estudio, sino que se describió a partir de ciertas



características sociodemográficas de los administradores de los restaurantes que la integran.

La descripción sociodemográfica de los administradores de los restaurantes de la muestra reviste especial interés en este estudio, pues no hay que olvidar que los administradores son responsables de la gestión de estos establecimientos y que la gestión, según definió Peter Drucker²⁷, tiene una triple significación:

- es una práctica susceptible de ser sistematizada y aprendida (transformada en disciplina propia);
- sus responsables son un grupo importante en la sociedad industrial y un tipo especial de clase ascendente y detectora de conocimiento;
- es el órgano social específico de la empresa encargado de volver productivos los recursos.

La caracterización sociodemográfica de los administradores de los restaurantes de la muestra, se realizó a partir de los siguientes criterios que, según estudios internacionales, impactan su comportamiento como agentes de cambio²⁸:

- Instalación donde laboran, edad, sexo, raza, nivel de escolaridad, cargo que ocupan (denominación del cargo), perfil de formación, experiencia laboral (en el sector de los servicios, en el sector de los servicios gastronómicos, en el grupo empresarial palmares, en la instalación, en la actividad de dirección), lugar de residencia, afiliación política, características de la situación que ocupaba antes de desempeñarse en el puesto actual (puesto, lugar de trabajo, OACE (Organismo de la Administración Central del Estado) y características de la situación que ocupaba antes de desempeñarse en el Grupo Palmares (puesto, lugar de trabajo, OACE).

Muestra de clientes extranjeros de los restaurantes extrahoteleros en el Polo Turístico de Varadero.

Se conformó una muestra empírica de clientes externos de restaurantes extrahoteleros, la que quedó conformada por 146 sujetos que intervenían como

²⁷ Peter Drucker es el "padre" de la gestión, en el 2004 se conmemoró medio siglo de la aparición de su obra *The Practice of Management*, considerada la primera "biblia" de gestión. Tomado de Nascimento Rodríguez, Jorge (2005).

²⁸ En este rol de agentes de cambio, deberán intervenir los administradores de restaurantes, para operacionalizar la intención de mejora de la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero, a través de la introducción de la Cocina Mediterránea.



clientes en los restaurantes extrahoteleros del destino, durante el período de realización de este estudio, enero-junio de 2010.

Las razones por las que no se optó por algún método probalístico de muestreo, se asocian a que esta investigadora encontró poco fiable el control de clientes que se lleva en la restauración extrahotelera y no dispuso de una lista de sondeo, que permitiera seleccionar aleatoriamente a los sujetos del universo, asegurando que cada uno de ellos tuviera la misma probabilidad de ser seleccionado.

Las variables sociodemográficas que esta autora consideró para caracterizar de manera sociodemográfica a esta muestra fueron nacionalidad, edad sexo.

Es obvio que estas variables impactan el comportamiento de los sujetos como clientes de la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero, condicionando por ello la manera en que la perciben.

II.3.- Conclusiones parciales del 2^{do} capítulo.

Al término de este capítulo se:

- Describe el escenario del estudio, la Sucursal Palmares Matanzas, en cuyo medio se estudiará el estado actual de la cocina y la restauración, evaluará la presencia y proyectará la introducción de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero.
- Describen algunos elementos que caracterizan el diseño del estudio, entre los que se encuentran: procedimiento, tipología, métodos, universo y muestra, especificándose:
 - Las etapas que conforman el procedimiento y las tareas de cada una.
 - La clasificación de este estudio, a partir de los criterios que para ese fin comúnmente propone la Metodología de la Investigación.
 - Los métodos: general y específicos que se emplean en este trabajo.
 - Algunas de las herramientas aplicadas en esta investigación.
 - La delimitación temporal y espacial del universo y de las muestras utilizadas en el estudio.
 - Las variables que se tendrán en cuenta en la caracterización del universo y las muestras, como tarea que contribuirá a los propósitos de la investigación.



Capítulo III Presentación y análisis de resultados.

III.1. Estado actual de la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.

III.1.1. Resultados del análisis de las fuentes disponibles de información secundaria.

El análisis de las fuentes de información secundaria es una rutina recurrente en todas las investigaciones, de particular utilidad en las que como esta tienen un carácter social.

Como fuentes disponibles para el análisis de la información secundaria se procuraron:

- Plan Director, la Política de Desarrollo del Polo Turístico y el Plan Maestro de Varadero (Master Plan), elaborados por el MINTUR, el Instituto de Planificación Física de Cuba (IPF) y la Blue Caribbean (grupo de asesoría a nivel internacional).
- Relatorías del Evento Internacional “Todo incluido. Comercialización de los Destinos de Sol y Playa”²⁹
- Intervención del Ministro de Turismo³⁰ en las conclusiones de su visita de trabajo a Varadero, para evaluar la preparación de la provincia de Matanzas para la temporada Alta 2010/2011.
- Reportes de la Oficina de Información Turística de Varadero (INFOTUR), como resultado de la Encuesta en el Polo Turístico de Varadero y de la Encuesta Hotelera, que sistemáticamente aplican.
- Información de empresa, relativa a la Sucursal Palmares Matanzas, la que incluyó: Informe sobre resultados del Ejercicio de Planeación Estratégica del Grupo Palmares 2010-2015, Estrategia Comercial del Grupo Palmares, Estados Financieros, Informe Evaluación del Proceso Inversionista; Informe de Balance del Cumplimiento de los Objetivos e Informe sobre resultados de auditorías e inspecciones.
- Investigaciones realizadas sobre temas asociados a la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.

²⁹ Noviembre de 2006, Sala de Eventos del Hotel Brisas del Caribe en Varadero.

³⁰ Octubre 16 de 2010, Sala de Convenciones de Plaza América en Varadero.



- Monografías y publicaciones periódicas, así como Información disponible en la red sobre la Cocina Mediterránea: esencia, características, ventajas, reconocimientos y evidencias de su expansión.

El análisis de las fuentes disponibles de información secundaria, tributó al planteamiento de los supuestos metodológicos del estudio, a la caracterización del Grupo Hotelero Palmares, a la descripción sociodemográfica del universo y la muestra.

En el cuerpo del informe escrito de esta investigación se recrea este tributo, en la mayoría de los casos, con epígrafes o subepígrafes homónimos y señalando las fuentes utilizadas.

III.1.2. Resultados de la caracterización sociodemográfica del universo y las muestras.

Universo

Para la caracterización sociodemográfica del universo de restaurantes extrahoteleros, con arreglo a las variables ya mencionadas en el epígrafe II.2.5 de este estudio, se recopilaron los datos requeridos a partir de informaciones suministradas por la Dirección Comercial y la Dirección Económica del Grupo Palmares Matanzas.

Respecto a la ubicación de los restaurantes extrahoteleros que componen el universo, es preciso ubicarla en el contexto.

La planificación del Polo Turístico de Varadero en general y de los productos turísticos específicos que lo conforman, se realiza a través de la acción conjunta de varios organismos, entre los que destacan el MINTUR, Planificación Física y el Gobierno local.

Es a partir de 1996 que se inicia un desarrollo turístico mucho más ordenado, expresado en tres (3) instrumentos fundamentales de planificación: el Plan Director, la Política de Desarrollo del Polo Turístico Varadero, y el Plan Maestro (Master Plan), elaborados por el MINTUR, el Instituto de Planificación Física (IPF) y la Blue Caribbean³¹.

Varadero está dividido en siete zonas, según el Plan de Desarrollo Territorial hasta el 2020, tal como se muestra en la Tabla No. 2.

³¹ Firma consultora inglesa contratada por la Delegación Territorial del MINTUR en Varadero, Matanzas.



Zonas	Nombre	Delimitación
1	Oasis	Desde el Hotel Oasis a puente del límite del canal
2	Kawama	Desde el canal a cale 12 (excluye Castell Nuovo)
3	Varadero Histórico	Desde calle 12 a Parque Josone
4	Internacional	Desde Parque Josone a Hotel Coral
5	Las Américas	Desde el Hotel Sol Sirenas hasta el Sol Palmeras
6	Chapelín - Los Taínos	Desde el Hotel 1920 a Hotel Beaches
7	Hicacos	A partir del Hotel Blau

Tabla No. 2: Zonas turísticas del Polo Turístico de Varadero. **Fuente:** Planificación Física Varadero.

Los restaurantes extrahoteleros del universo considerado se distribuyen en el Polo como se muestra en el Gráfico No. 4.

En el **Anexo No. 17** pone al descubierto importantes “conflictos” en la distribución espacial de la oferta de restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero. En él se muestra la mayor cantidad de establecimientos y plazas de las diferentes especialidades en la Zona Varadero Histórico (26 establecimientos para el 63.4%), le sigue la Zona Kawama - Bellamar (ocho establecimientos para el 19.5%), se sitúa a continuación la Zona Las Américas (cinco establecimientos con 12.2%), después están las zonas Oasis e Internacional (cada una con un establecimiento para el 2.4%). Por último se encuentran la Zona Chapelín - Los Taínos y la Zona Hicacos, que no cuentan con plaza alguna, siendo en estas zonas:

- donde está la mayor cantidad de cuartos hoteleros, Zona Hicacos con 4206 habitaciones para el 25.59% de la planta y Zona Chapelín - Los Taínos con 3343 habitaciones para el 20.34% de la planta. Los cuartos hoteleros de estas zonas son los de mayor estándar en Varadero.
- donde está la mayor concentración de ingresos, Zona Hicacos con 162 317 MCUC para el 38.36% del ingreso que se genera en el Polo y Zona Chapelín - Los Taínos con 79 762 MCUC para el 18.85% del ingreso anual que se genera. Los segmentos de mercados que atraen los hoteles de esas zonas son de clase media, media/superior, por lo que las tarifas hoteleras son más elevadas.
- donde está la mayor concentración de utilidades, Zona Hicacos con 162 29 860 MCUC para el 20.06% de la ganancia que aporta la hotelería en el Polo y Zona



Chapelín-Los Taínos con 59 787 MCUC para el 40.18% de la ganancia que aporta la hotelería en el Polo. La utilidad es un indicador de relación, que expresa la elevada eficacia y eficiencia con que se gestiona el producto hotelero en esas zonas.

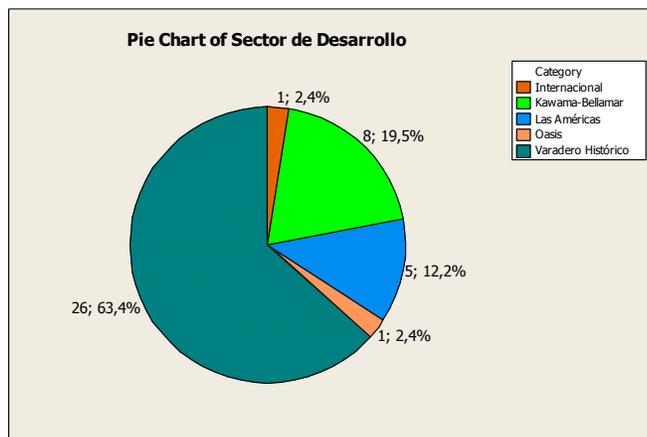


Gráfico No. 4: Distribución espacial de los restaurantes que conforman el universo en estudio, según sectores del Plan de Desarrollo de Varadero. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab v 14.

A continuación se ofrece la composición y una breve descripción de la dinámica de los ingresos en los últimos tres años, en cuanto a familia de productos de la restauración extrahotelera:

- Cocina ligera: es la llamada “comida chatarra” o fast food, que en Cuba al igual que en todo el mundo, tiene un boom. Ocupa el 1^{er} lugar en cuanto a cuota de participación en el universo y está compuesta por 14 establecimientos. Los ingresos de esta familia tienen un comportamiento inestable y estacional.
- Cocina criolla: es representativa de la cultura culinaria cubana. Ocupa el 2^{do} lugar en cuanto a cuota de participación en el universo y está compuesta por siete instalaciones de servicio, entre las que se destacan: El Bodegón Criollo, La Esquina Cuba, El Criollo, La Campana y La Guantanamera. Los productos con mayor volumen de ingresos son La Esquina Cuba y El criollo. A excepción de El Bodegón y La Guantanamera, el resto de los servicios presentan una tendencia decreciente de los ingresos en el período analizado, se destaca negativamente en este aspecto el restaurante La Esquina Cuba.
- Cocina internacional: es una familia numerosa en cuanto a instalaciones de servicio (siete instalaciones), dentro de las cuales son emblemáticas: Retiro, El



Rancho, Antigüedades, Xanadú y Chez Plaza. Comparte con la familia de cocina criolla, el 2^{do} lugar en el universo en cuanto a cuota de participación. Se observa el predominio de los mismos en cuanto a ingresos sobre el resto de las instalaciones de servicio. Todos los restaurantes exceptuando Chez Plaza y El Retiro, presentan una tendencia de crecimiento positiva.

- Cocina italiana: está conformada por cuatro instalaciones de servicios: Castell Nuevo y Pizza Nuova, con una tendencia decreciente de ingresos y Dante y Pizza Caribe con una tendencia positiva de ingresos. El Castell Nuevo, sin embargo, es el servicio que más ingresos aportó en los últimos tres años.
- Cocina del mar: está presente en el destino estudiado solamente en cuatro instalaciones, entre las cuales las más significativas son: Albacora y Barracuda, es significativo señalar la tendencia decreciente de los ingresos del restaurante Albacora.
- Cocina en base a carnes: compuesta por una instalación: El Toro, con tendencia positiva de crecimiento de los ingresos en los últimos tres años.
- Cocina fondue: para estas especialidades solo existe una instalación en el destino: Mesón del Quijote y Casa del Queso, respectivamente. En ambos casos se manifiesta una tendencia positiva de ingresos.
- Cocina española: para estas especialidades solo existe el Mallorca, en el cual los ingresos se comportan favorablemente.

Referente a los clientes y mercados, el estudio de las series históricas de los principales mercados emisores que arribaron a Varadero en los últimos 10 años, permite afirmar que, por ese orden, a los mercados Canadá, Alemania, Reino Unido, España y Francia, corresponde el 80.0% de la emisión al Polo en el período de tiempo analizado.

Un reciente muestreo de la satisfacción de los clientes del Polo, a partir de una encuesta (Ver **Anexo No. 18**) realizada a 2 900 turistas extranjeros a la salida del Aeropuerto Internacional "Juan Gualberto Gómez", confirma la tendencia desfavorable que se viene manifestando en la evaluación que se les da a los servicios extrahoteleros, comenzando por los restaurantes³².

La composición del universo, en cuanto a tematización de la comida/cocina se muestra en los gráficos No. 5 y No. 6

³² Marrero Cruz, Manuel (Ministro de Turismo de la República de Cuba), Octubre 16 de 2010.

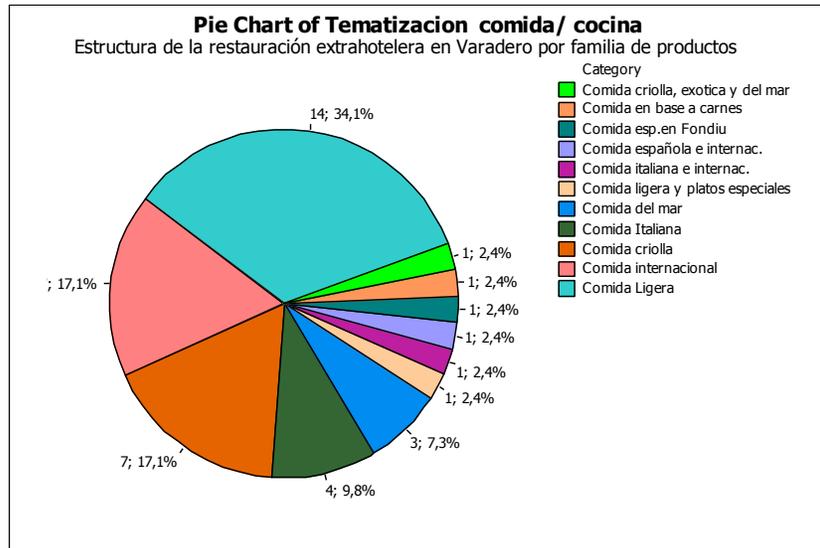


Gráfico No. 5: Caracterización del universo en cuanto a temática de las ofertas de los establecimientos, que le componen. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.

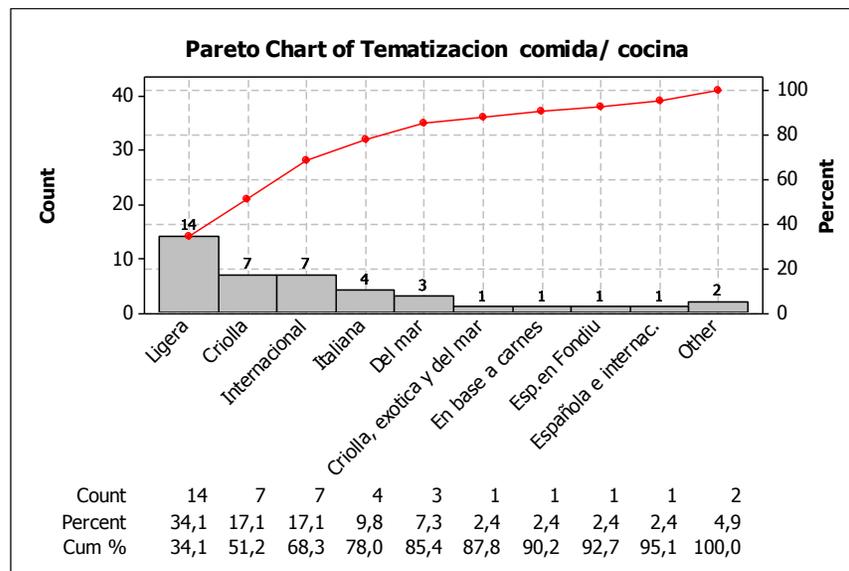


Gráfico No. 6: Pareto de la distribución de los establecimientos que componen el universo, en cuanto a temática de la oferta. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.

Del análisis se deriva que dentro de los hoteles existe una mayor especialización, predominando las especialidades de cocina internacional, italiana, criolla, variada, mariscos, caribeña y gourmet. No así en la zona extrahotelera, escenario del estudio, donde las especializaciones que predominan son las de cocina internacional y criolla.



Muestra de restaurantes

Como ya se explicó en el epígrafe II.2.5 del Capítulo II, la muestra de tipo empírico razonada, quedó compuesta por 21 restaurantes de la Sucursal Palmares Matanzas, que operaban en el Polo Turístico de Varadero durante el período de estudio enero–junio de 2010.

Para la caracterización sociodemográfica de los administradores de la muestra de restaurantes, con arreglo a las variables ya mencionadas en el epígrafe II.2.5 de este estudio, se recopilaron los datos de partida requeridos que se muestran en el **Anexo No. 19**

A partir de esos datos, tal y como se muestra en la tablas No. 3, No. 4, No. 5 y No. 6), se describieron las variables continuas empleadas para la caracterización sociodemográfica, utilizando índices de posición (valores percentiles: 1^{er} cuartil (Q₁), Mediana (Q₂ o mediana), 3^{er} cuartil (Q₃), Rango intercuartil); índices de tendencia central (Media aritmética); índices de dispersión (Error tipo de la media, Desviación estándar, Varianza, Mínimo, Máximo, Rango, índices de distribución (Coeficiente de asimetría, Coeficiente de curtosis).

Descriptive Statistics: Indicadores de posición

Variable	Q1	Median	Q3	IQR
Edad	42,00	46,00	53,00	11,00
Exp.Servicios	10,50	17,00	19,00	8,50
Exp.Serv.Gast.	8,00	15,00	18,50	10,50
Exp.Palmares	3,500	4,000	5,000	1,500
Exp.Instalación	1,500	5,000	5,000	3,500
Exp.Dirección	7,50	10,00	16,50	9,00

Tabla No. 3: Indicadores de posición de las variables continuas, utilizadas para la caracterización sociodemográfica de los administradores de la muestra de restaurantes. **Fuente:** Elaboración propia a partir del procesamiento con Minitab V 14.

Descriptive Statistics: Indicadores de tendencia central

Variable	Mean
Edad	49,07
Exp.Servicios	15,10
Exp.Serv.Gast.	13,52
Exp.Palmares	4,000
Exp.Instalación	3,333
Exp.Dirección	12,95

Tabla No. 4: Indicadores de tendencia central de las variables continuas, utilizadas para la caracterización sociodemográfica de los administradores de la muestra de restaurantes. **Fuente:** Elaboración propia a partir del procesamiento con Minitab V 14.



Descriptive Statistics: Indicadores de dispersión

Variable	SE Mean	StDev	Variance	Minimum	Maximum	Range
Edad	2,20	8,52	72,64	33,00	64,00	31,00
Exp.Servicios	1,31	6,00	35,99	3,00	26,00	23,00
Exp.Serv.Gast.	1,44	6,62	43,76	2,00	25,00	23,00
Exp.Palmares	0,324	1,483	2,200	1,000	7,000	6,000
Exp.Instalación	0,398	1,826	3,333	1,000	5,000	4,000
Exp.Dirección	2,06	9,44	89,05	1,00	36,00	35,00

Tabla No. 5: Indicadores de dispersión de las variables continuas, utilizadas para la caracterización sociodemográfica de los administradores de la muestra de restaurantes. **Fuente:** Elaboración propia a partir del procesamiento con Minitab V 14.

Descriptive Statistics: Indicadores de distribución

Variable	Skewness	Kurtosis
Edad	0,26	-0,17
Exp.Servicios	-0,20	-0,37
Exp.Serv.Gast.	-0,44	-0,79
Exp.Palmares	-0,61	0,45
Exp.Instalación	-0,22	-2,00
Exp.Dirección	1,28	1,49

Tabla No. 6: Indicadores de distribución de las variables continuas, utilizadas para la caracterización sociodemográfica de los administradores de la muestra de restaurantes. **Fuente:** Elaboración propia a partir del procesamiento con Minitab V 14.

La caracterización sociodemográfica de los administradores se resume a continuación:

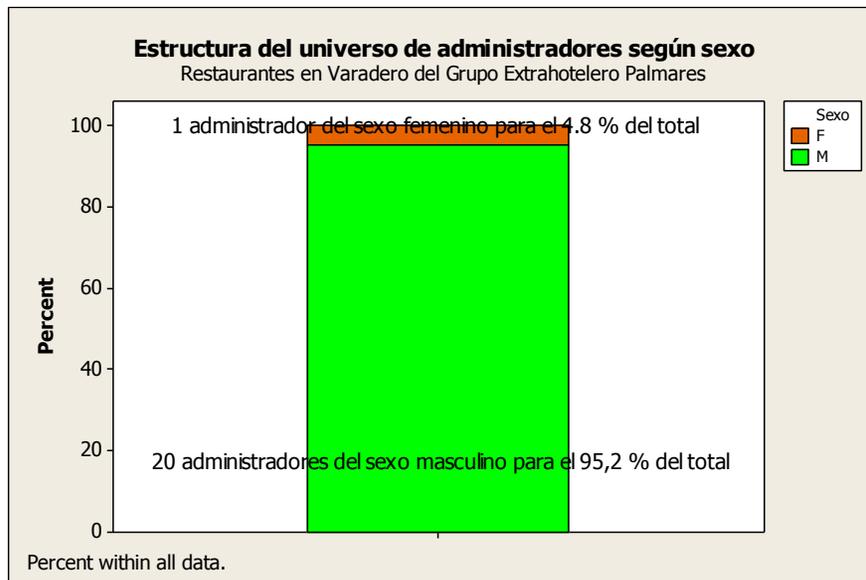


Gráfico No. 7: Estructura de los administradores de la muestra de restaurantes, según sexo. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.



Con respecto al sexo, como se observa en el Gráfico No. 7, hay un predominio absoluto del sexo masculino, con 20 casos que representan el 95.2% del total. Solamente lo integran una mujer, para un 4.8% del total, algo que:

- Es incongruente con la composición³³ de género de nuestra población.
- Es contraproducente con la composición actual de la fuerza de trabajo en el sector civil de la economía cubana, en la que ha crecido sustancialmente la presencia de la mujer como evidencia de su avance³⁴.
- Es contrario al llamado hecho por el compañero Raúl Castro Ruz el 20/12/2009 en la Asamblea Nacional del Poder Popular, cuando afirmó: *“es preciso seleccionar y preparar con perspectivas la cantera de cuadros, teniendo en cuenta que... he comprobado que las mujeres son mejores administradoras que los hombres”*.
- No reconoce la evidencia contenida en diversos estudios en la industria de la hospitalidad³⁵, según la cual las mujeres son más creativas e innovadoras que los hombres.

Para el estudio de la variable edad en la muestra de administradores se apela a los métodos gráficos de la estadística, construyéndose un Histograma, un Caja y Bigotes y un Tallo de Hojas.

El histograma de frecuencias de la variable edad cuenta con cinco clases de tamaño ocho cada una. En el Gráfico No. 8 se observa en la distribución gráfica de las frecuencias de esta variable, que la misma sigue un patrón cercano al normal, que la edad media es de 47 años y su desviación estándar es de 8 años.

En la 3^{ra} clase, o sea en el intervalo de 44 a 52 años, se ubican nueve sujetos, lo que representa el 42.85 % de la muestra.

En el Caja y Bigotes (Gráfico No. 9), se aprecia que el 75% de las edades en la muestra están por debajo de 51.5 años (Q₃), que el 50% de las edades en la muestra

³³ Según los datos del Capítulo “Población” del Anuario Estadístico de Cuba de 2008, que se publican en el sitio <http://www.one.cu>, los hombres suman 5 627 947 y representan el 50.08 % del total. Las mujeres totalizan 5 608 152 y aportan el 49.92 % del total.

³⁴ Según afirmaciones de Machado Ventura, José Ramón (2010): “hoy en el sector estatal las mujeres constituyen el 46,7% de la fuerza laboral, mientras que el 65,1% pertenecen a la fuerza técnica y profesional: son maestras, médicas, enfermeras, investigadoras, científicas, arquitectas, ingenieras, técnicas.

³⁵ Esta evidencia está contenida en el trabajo “Análisis de la satisfacción laboral como índice de calidad del servicio: aplicación empírica al sector hotelero”, presentado por Sánchez Cañizares, Sandra María” en las Jornadas sobre Turismo y Sociedad, desarrolladas en Córdoba en enero de 2007. En el trabajo citado hay también argumentos para esta evidencia con base en investigaciones realizadas por otros autores.



está en el intervalo entre 42 y 51.5 años, y que la media asume el valor de 47 años y la mediana, 46 años. (Ver **Anexo No. 20**: Generalidades sobre este tipo de gráficos). Para el estudio de la variable edad se aprovecharon también las bondades del Gráfico No.10: Tallo de Hojas, apreciándose que la edad más frecuente (cuatro apariciones) en la muestra, es 46 años y que la mediana (46 años) se encuentra en la clase de siete sujetos con edades 45, 46 y 47 años.

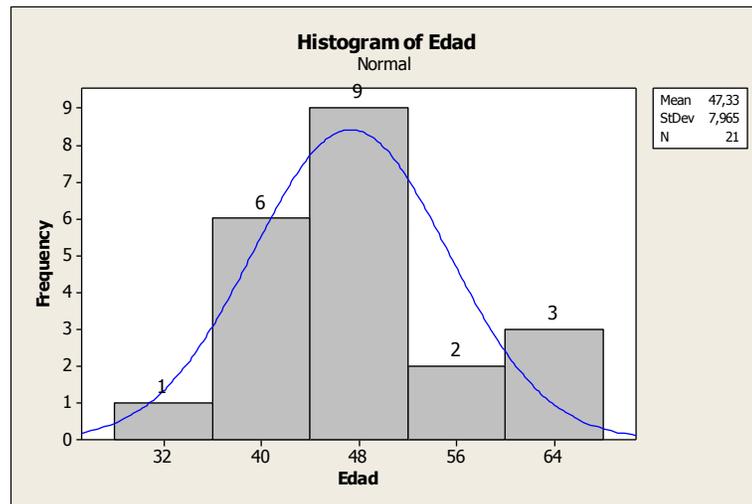


Gráfico No. 8: Histograma de la edad de los administradores de la muestra de restaurantes. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.

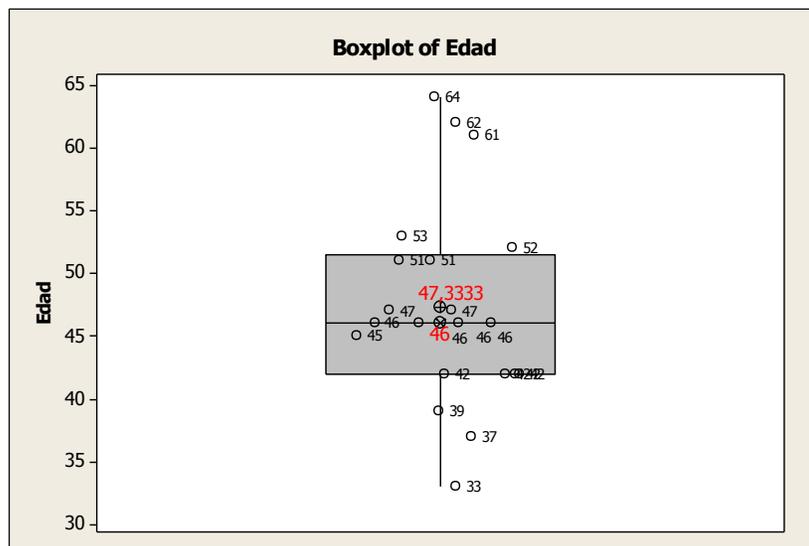


Gráfico No. 9: Caja y Bigotes de la edad de los administradores de la muestra de restaurantes. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.



Stem-and-Leaf Display: Edad

```
Stem-and-leaf of Edad  N  = 21
Leaf Unit = 1,0
 1  3  3
 3  3  79
 7  4  2222
(7) 4  5666677
 7  5  1123
 3  5
 3  6  124
```

Gráfico No.10: Tallo de hojas de la edad en el universo de administradores. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.

Por su importancia la variable edad en la muestra de administradores fue también estudiada en asociación con la variable categórica nivel de escolaridad.

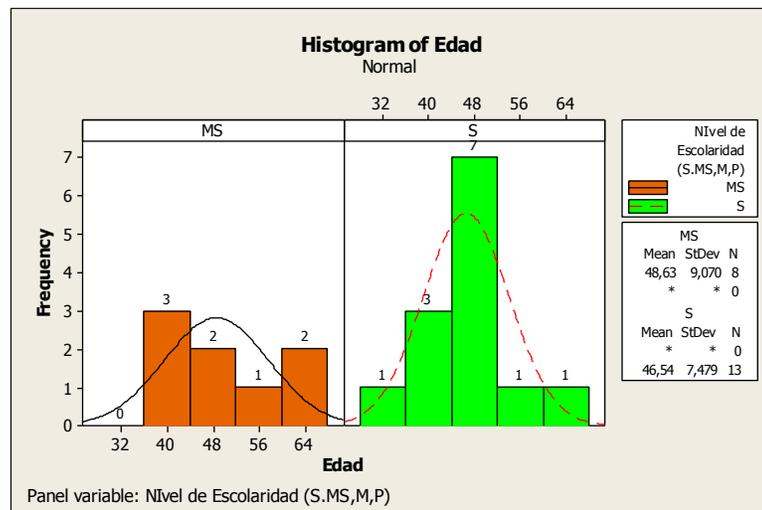


Gráfico No. 11: Histograma de la edad de los administradores de la muestra de restaurantes, en función del nivel de escolaridad. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.

En el Histograma (Gráfico No. 11) se aprecia en el caso de los universitarios, que la edad promedio es de 46.5 años y su desviación estándar 7.47 años. Para este grupo el intervalo en el que clasifica el mayor número de observaciones (7) de la edad es el comprendido entre 44 a 52 años. En el caso de los que vencieron el nivel medio superior (12^{mo} grado o técnico medio equivalente) la edad promedio es de 48.6 años y su desviación estándar 9.07 años. Para este grupo el intervalo en el que clasifica el mayor número de observaciones (3) de la edad es el comprendido entre 36 a 44 años.



La asociación de la edad con el nivel de escolaridad muestra que esta no es la causa por la que los niveles de escolaridad sean diferentes entre los sujetos que integran la muestra de administradores y que los que solo tienen nivel medio superior, no han aprovechado todas las oportunidades de las que han dispuesto para elevar su nivel de escolaridad.

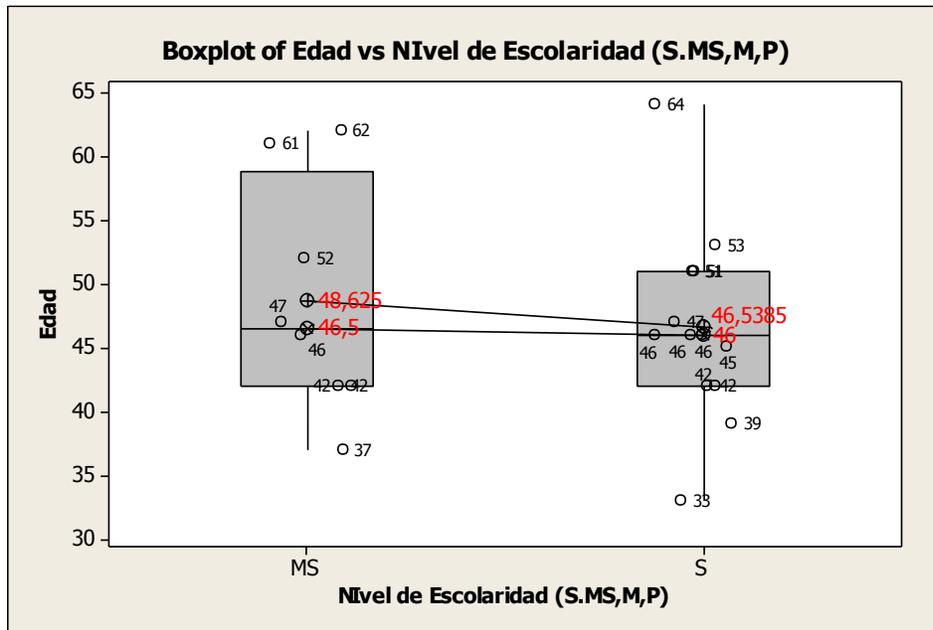


Gráfico No. 12: Caja y bigotes de la edad de los administradores de la muestra de restaurantes, en función del nivel de escolaridad. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.

En el Caja y Bigotes se observa que para los sujetos de nivel medio superior, la variabilidad de la edad es mayor, la mediana es de 46,5 años, el 75% de las edades está por debajo de 58.7 años (Q_3), que el 50% de las edades en la muestra está en el intervalo entre 42 y 58.7 años. Para los sujetos de nivel superior, la variabilidad es menor, la mediana es de 46 años, el 75% de las edades está por debajo de 51 años (Q_3), que el 50.0% de las edades en la muestra está en el intervalo entre 42 y 51 años.

Stem-and-Leaf Display: Edad

Stem-and-leaf of Edad Nivel de Escolaridad (S,MS,M,_1 = 1 N = 13
Leaf Unit = 1,0

```

1  3  3
2  3  9
4  4  22
(5) 4  56667
    
```



4	5	113
1	5	
1	6	4

Gráfico No. 13: Tallo de hojas de la edad de los administradores de la muestra de restaurantes, en función del nivel de escolaridad (1=Nivel superior, 2=Nivel Medio superior). **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.

En el Tallo de Hojas (Gráfico No. 13) se constata que para los sujetos de nivel superior la edad más frecuente (cinco apariciones) en la muestra, es 46 años y que la mediana 46 años, se encuentra en la clase de cinco sujetos con edades 45, 46, y 47 años. Por otra parte, para los sujetos de nivel medio superior, la mediana 46.5 años, se encuentra en la clase de dos sujetos con edades 46, y 47 años.

Con respecto a la composición étnica (Gráfico No. 14) solamente un sujeto para el 4.8%, es mestizo, no hay negros y 20 administradores son blancos, lo que representa el 95.2% del total. La situación étnica en el universo en estudio, es contraria al llamado de la dirección del país para que se eleve la representatividad de la composición étnica de la población cubana³⁶ en los cargos de dirección, de manera que los nocivos prejuicios raciales sigan cediendo espacio hasta ser finalmente suprimidos, tal y como expresara el compañero Raúl Castro Ruz el 20/12/2009 en la Asamblea Nacional del Poder Popular.

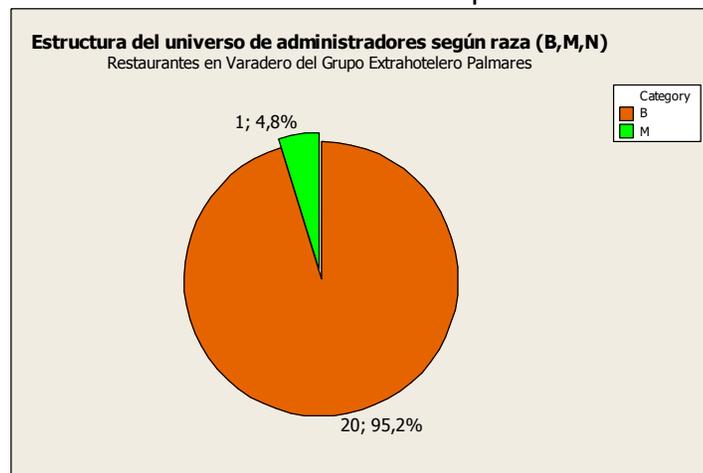


Gráfico No. 14: Estructura de los administradores de la muestra de restaurantes, según raza. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.

³⁶ Según publica el sitio <http://newsgroups.derkeiler.com>, de acuerdo a datos del Censo de Población y Viviendas de Cuba en el 2002, en el país predominan los blancos (7,3 millones, 65.0%), seguidos por los mulatos o mestizos (2,3 millones, 20.5 %) y los negros (1,1 millones, 9.8%).



Con respecto a la composición según nivel de escolaridad (Gráfico No. 15), se aprecia que el 61.9%, 13 sujetos son profesionales universitarios; el 38.1%, ocho sujetos tienen vencido el nivel medio superior (12^{mo} grado o técnico medio equivalente). De esta situación deriva la necesidad de elevar el nivel educacional de estos últimos, para lo cual han existido y existen oportunidades, las que no han sido aprovechadas aún por los que no tienen nivel superior.

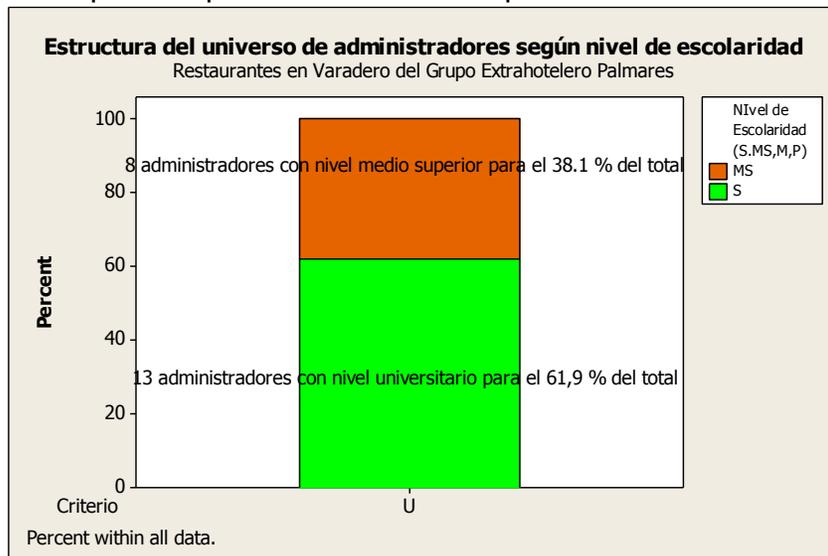


Gráfico No. 15: Estructura del universo de los administradores de la muestra de restaurantes, según el nivel de escolaridad. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.

Respecto al perfil de formación de los administradores, este se origina en un amplio y diverso espectro. En el grupo de los universitarios existen desde ingenieros químicos y pecuarios hasta licenciados en marxismo, proviniendo siete sujetos de carreras de las ciencias técnicas y seis sujetos de carreras de humanidades. Similar diversidad existe en los perfiles de formación del grupo de no universitarios. De lo anterior se desprende que el empirismo guía la conducta de los administradores, ya que a diferencia de sus subordinados, no han recibido formación profesional específica para desempeñarse en los cargos que ocupan como gestores de restaurantes.

En relación a la afiliación política (pertenencia al PCC y/o a la UJC) se aprecia en el Gráfico No. 16, que solo siete sujetos, para el 33.3 % del total no están afiliados.

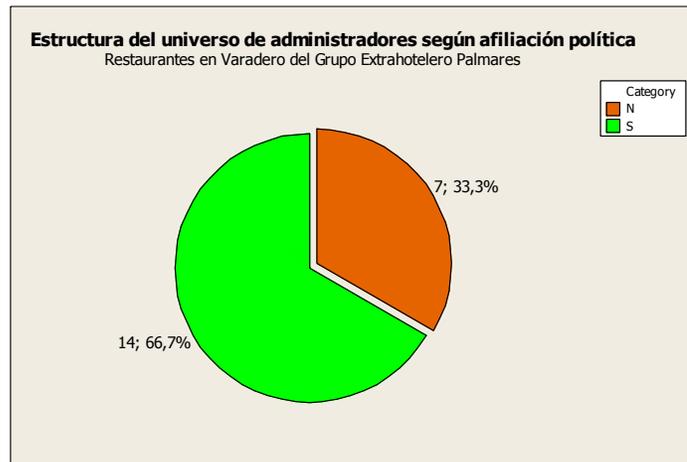


Gráfico No. 16: Estructura del de los administradores de la muestra de restaurantes, según afiliación política. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.

En el Gráfico No. 17 aparece el ploteo de los datos individuales de las variables: experiencia en los servicios, en los servicios gastronómicos, en el Grupo Palmares, en la instalación y en la actividad de dirección y se muestra la media, la mediana y el intervalo de confianza de la media con un 95.0% de significación.

Este gráfico nos muestra que para la variable experiencia en los servicios, la media es de 15 años y la mediana de 17 años y los límites del intervalo de confianza para la media con un 95.0 % de significación son 12.3 y 17.8 años.

Respecto a la variable años de experiencia en la actividad de servicios gastronómicos, se muestra que la media es 13.5 años, la mediana 15 años y los límites del intervalo de confianza para la media con un 95.0% de significación son 10.5 y 16.5 años. En relación a la variable experiencia en el Grupo Palmares se muestra que la media y la mediana coinciden con 4 años y los límites del intervalo de confianza para la media con un 95.0% de significación son 3.3 y 4.6 años. Para la variable de experiencia en la instalación en la que actualmente laboran, la media es 3.3 años y la mediana 5 años y los límites del intervalo de confianza para la media con un 95.0% de significación son 2.5 y 4.1 años. En relación a la variable experiencia en la actividad de dirección se aprecia que la media es 12.9 años y la mediana 10 años y los límites del intervalo de confianza para la media con un 95.0% de significación son: 8.6 y 17.2 años.

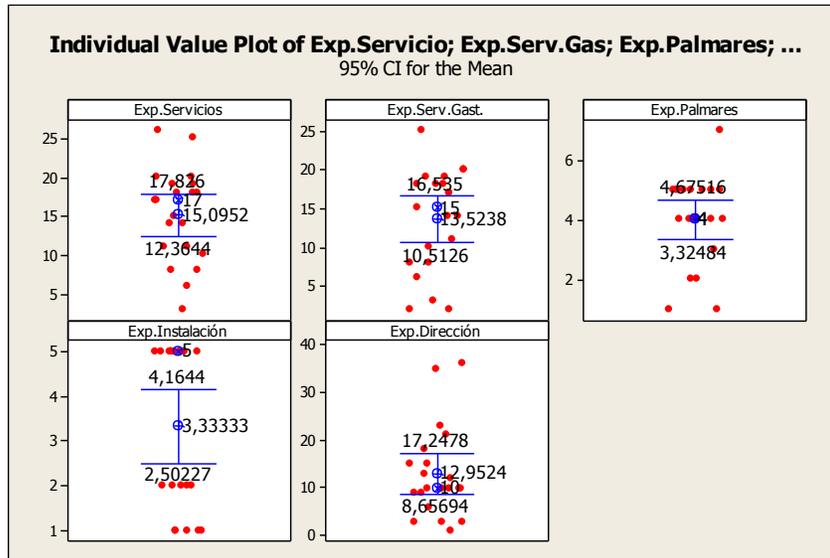


Gráfico No. 17: Ploteo de los datos de la experiencia en los servicios, en los servicios gastronómicos, en el Grupo Palmares, en la instalación y en la actividad de dirección, de los administradores de la muestra de restaurantes. **Fuente:** Elaboración propia a partir del procesamiento con Minitab V 14.

El Gráfico No. 17 permite sacar importantes conclusiones sobre los administradores de la muestra de restaurantes, ya que se trata de personas:

- Con larga data en el desempeño de puestos directivos.
- Con larga data en el desempeño en puestos de trabajo en el sector de los servicios y dentro de este en el subsector de los servicios gastronómicos. Sin embargo, parte considerable de esta experiencia la acumularon fuera del Grupo Palmares.
- Que entraron al Grupo Palmares, prácticamente a ocupar las plazas que hoy desempeñan, sin que se manifieste así el resultado esperado del trabajo con los cuadros y reservas dentro del propio Grupo.
- Que en virtud de las afirmaciones anteriores manifiestan una posición conservadora hacia el cambio.

Respecto al análisis de la procedencia de los ocupantes del puesto de administrador en las instalaciones restauranteras del Grupo Palmares en Varadero, el mismo se estructura en dos dimensiones: inmediatamente antes de ocupar el puesto actual, inmediatamente antes de ingresar al Grupo Palmares.

Inmediatamente antes de ocupar el puesto actual.

Excepto cuatro que proceden del Hotel Brisas del Caribe (3) y de la Marina Marlín (1) el resto proviene de instalaciones del propio Grupo Palmares en el Polo, donde



ocupaban plazas de igual rango (11) y de rango inferior (6). Existe un predominio del movimiento horizontal y solo en seis sujetos, puede hablarse de promoción interna, para el 35.3% del total que accede al puesto actual, proviniendo del Grupo Palmares. Inmediatamente antes de ingresar al Grupo Palmares.

En relación a la procedencia de los ocupantes de la plaza de administrador, se aprecia que ocho provienen de instalaciones hoteleras, seis de las instalaciones del Grupo Rumbos (cuya misión era similar a la del actual Grupo Palmares y que se fusionó en este, a partir de la tarea 16 de abril); dos - de instalaciones de la red extrahoteleras del Grupo Islazul (que se fusionaron en el Grupo Palmares, a partir de la tarea 16 de abril); dos - de los OLPP (Órganos Locales del Poder Popular); dos - de la red extrahotelera del Grupo Cubanacán (Marina y Plaza América) y uno - de SERVISA. El origen predominante es el propio MINTUR.

Solo en cuatro casos se origina el ingreso al Grupo Palmares, desde cargos ajenos a la actividad de los servicios gastronómicos de este, tales como: profesor de deportes, asistente de recepción hotelera, jefe económico y jefe recursos humanos, mientras que en 17 casos, se origina el movimiento desde cargos afines a la actividad de servicios gastronómicos, en funciones de dirección.

Puede afirmarse que el perfil sociodemográfico de los administradores de la muestra de restaurantes corresponde al de un hombre blanco de 47 años, que tiene vencido o superado el nivel de escolaridad medio superior y que acumula 15 años de experiencia en los servicios, 13.5 años en los servicios gastronómicos, 4 años en el Grupo Palmares, 3.3 años en la instalación y 12.9 años en la actividad de dirección.

Muestra de clientes externos.

El 64.4% de la muestra, o sea 94 sujetos habían visitado el destino con anterioridad, mientras que 35.6%, 52 sujetos, lo hacían por primera vez en el momento de realización de este estudio enero-junio de 2010.

Respecto a la Nacionalidad la muestra de clientes externos se comporta como se muestra en el gráfico a continuación:

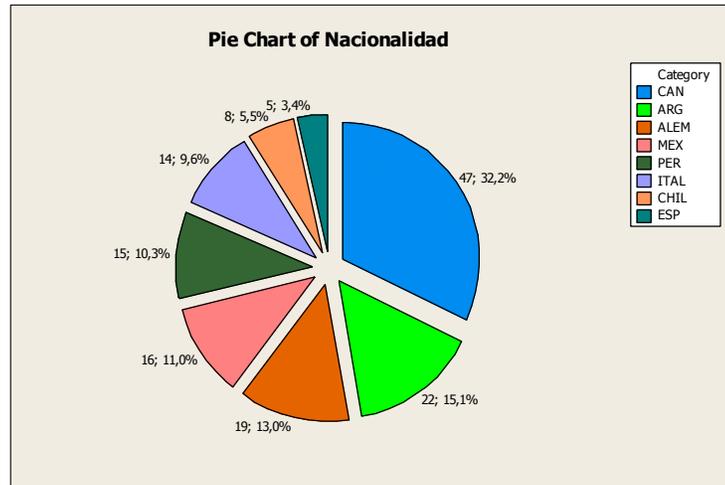


Gráfico No. 18: Estructura de la muestra de clientes externos, respecto a la variable Nacionalidad.

Fuente: Elaboración propia, resultado del procesamiento con Minitab 14.

En relación al sexo se aprecia 81 sujetos, 55.5% de la muestra son féminas, a las que corresponde entonces una cuota ligeramente superior a la de los hombres, que es del 44.5%, 65 sujetos.

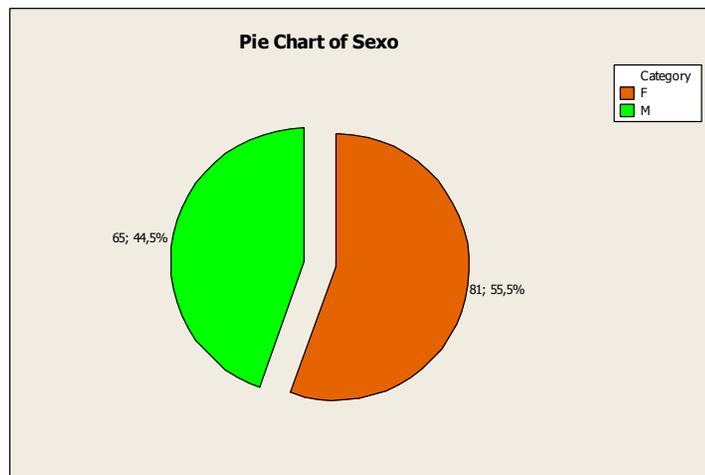


Gráfico No. 19: Estructura de la muestra de clientes externos, respecto a la variable Sexo. **Fuente:**

Elaboración propia, resultado del procesamiento con Minitab 14

En relación a la variable edad se aprecia en el Histograma (Gráfico No. 20) que la clase con mayor frecuencia de elementos de la muestra, 29 sujetos, es la clase cuatro, o sea la de los trabajadores que están en el rango de 27.5 a 32.5 años. La edad promedio en la muestra de clientes externos es de 35 años.



En relación a la estratificación de la edad por la variable categórica sexo, se observa que la edad promedio de los hombres 36 años, es superior a la de las mujeres 34 años.

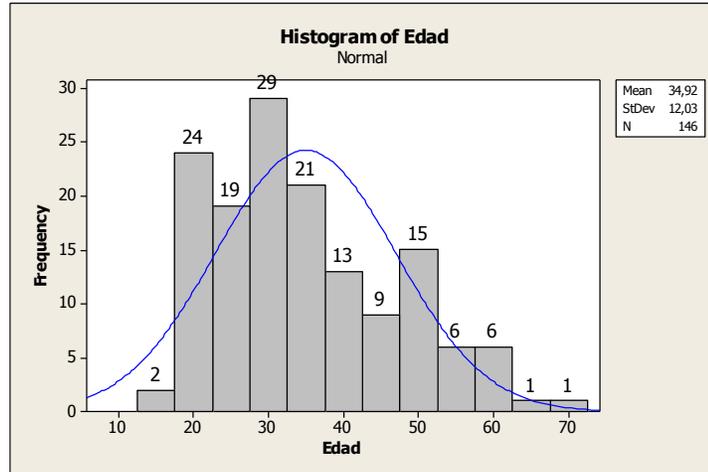


Gráfico No. 20: Histograma de la muestra de clientes externos, respecto a la variable Edad. **Fuente:** Elaboración propia, resultado del procesamiento con Minitab 14

En el Gráfico de Caja y Bigotes (Gráfico No. 21), se aprecia que el 75% de las edades en la muestra están por debajo de 43 años (Q_3), que el 50% de las edades en la muestra está en el intervalo entre 25 y 43 años y que la media asume el valor de 35 años y la mediana 32 años.

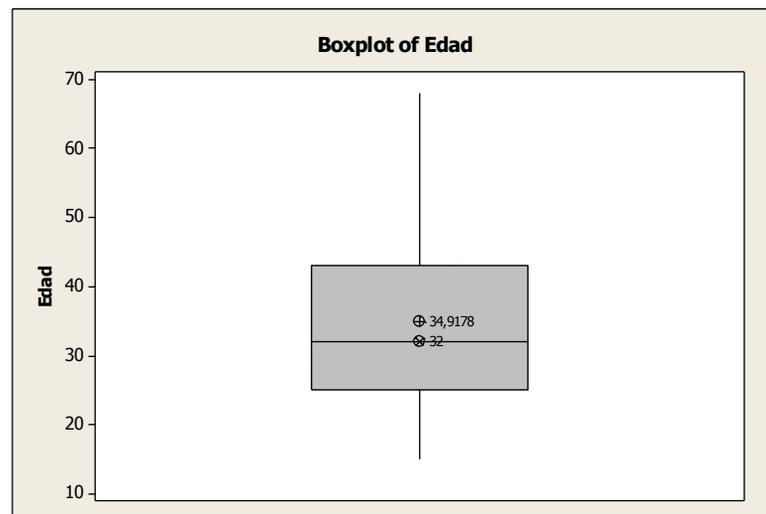


Gráfico No. 21: La variable Edad en la muestra de clientes externos en un Gráfico de Cajas y Bigotes. **Fuente:** Elaboración propia, resultado del procesamiento con Minitab 14



III.1.3.- Resultados de la observación.

La observación se realizó según la Guía estructurada que aparece en el Anexo No. 9, en la que como se aprecia hay 15 ítems, estructurados en forma de respuestas a elegir por la observadora (la autora de la presente investigación) de entre varias alternativas, según la siguiente escala: Casi siempre (4), Mayoría de las veces (3), Algunas veces (2), Casi Nunca (1); en la que la mayor frecuencia se correspondía con la mejor valoración del aspecto observado y viceversa.

Esta observación fue realizada en el medio real en el que se desempeñan los restaurantes seleccionados de la Sucursal Palmares Matanzas y tuvo como escenarios los procesos de planeación, prestación y seguimiento del servicio en los mismos.

Para desarrollar la observación se solicitó y obtuvo el permiso de la dirección de los establecimientos.

La consolidación de los resultados de las 15 observaciones realizadas en los escenarios previstos, se muestra en el **Anexo No. 21**. Las medias de los ítems de la Guía de observación se muestran a continuación en la Tabla No. 8.

Ítems	Media del Ítems
1	1,667
2	2,933
3	2,067
4	3,267
5	3,533
6	2,533
7	1,667
8	1,733
9	3,333
10	1,267
11	2,000
12	2,667
13	2,667
14	3,600
15	2,600

Tabla No. 8: Medias de los ítems de la Guía de observación, según escala utilizada. **Fuente:** Elaboración propia.



Se aprecia que las peores valoraciones en la observación, las que satisfacen el criterio de escala: nunca, algunas veces; la reciben los siguientes aspectos observados, los que se presentan de en este grupo ordenados de peor a mejor valoración:

- La implementación de la llamada “gestión de experiencias” o “teatralización del escenario turístico”, que hace inolvidable y memorable la estancia del visitante en el restaurante.

Está comprobado que los clientes no se comportan siempre de modo racional, es más, en el proceso de compra el componente emocional es determinante. Estas emociones se convierten en elementos que rodean los factores racionales para convertir las experiencias de uso y consumo del producto o servicio, en momentos positivos, motivadores y memorables.

Sin embargo, pese a ser la “gestión de experiencias” una práctica de éxito internacional, la misma es casi desconocida en la Sucursal Palmares Matanzas.

- El aseguramiento de recursos para la óptima elaboración de los platos que se ofertan en el establecimiento, adolece de inestabilidad y de carencias puntuales, las que afectan, si no la salida del plato, la óptima calidad en su elaboración.
- No es usual presentar en el Menú el origen regional de los platos que se ofertan, estrategia recomendada en la actualidad, ante clientes cada vez más conocedores y más exigentes en cuanto a la información de lo que consumen.
- Incluso en los casos de las cocinas temáticas china e italiana, los trabajadores de esos restaurantes acusan carencias en cuanto al modo de hacer (tecnología) y se han impuesto variantes o modalidades “cubanas”.
- No hay estudios que aporten evidencias sobre la coherencia de la oferta con los gustos y preferencias de los clientes que visitan la instalación.
- Son insuficientes los conocimientos en el personal sobre la cultura culinaria de la región de procedencia de los platos que se ofertan.
- No hay conocimientos en el personal sobre alternativas coherentes para gestionar los cambios necesarios, a partir de un plan, modelo, pese a que estas alternativas sí existen en el Grupo y en la Sucursal Palmares Matanzas.



El resto de las valoraciones en la observación, satisfacen el criterio de escala: casi siempre o mayoría de las veces, lo que tiene una connotación positiva.

III.1.4. Administración del cuestionario para la evaluación de la percepción de los clientes sobre la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.

Como ya se explicó, a una muestra empírica razonada de 146 clientes extranjeros de los servicios gastronómicos extrahoteleros en el Polo Turístico de Varadero, fue administrado un cuestionario para evaluar la percepción de ellos sobre la cocina y la restauración, lo que supuso la aplicación de los pasos descritos en el epígrafe II.2.4 de esta memoria escrita.

El cuestionario fue administrado en los restaurantes, a la llegada de los visitantes y luego que estos se acomodaran y aguardaran para la comida. De esta manera estaban más receptivos para contestar el cuestionario pues esto es un modo de atenuar el tiempo de espera y, ciertamente, así responden con más calma e interés.

El cuestionario³⁷ (Ver Anexo No. 8) incluye ítems asociados a las siguientes dimensiones:

- Motivaciones: principal y secundarias para viajar al Polo (ítems 1 y 2).
- Comportamiento de los clientes como consumidores de servicios de restauración extrahotelera (ítems 7, 8, 9, 10, 11, 12, y punto 3 de los datos de clasificación).
- Evaluación de la restauración extrahotelera del Polo (ítems 4, 5, 6).
- Datos de clasificación de los sujetos (puntos 1 y 2 de los datos de clasificación, ítem 3).

Los ítems del cuestionario y los datos de clasificación corresponden a los siguientes tipos de variables estadísticas, según la escala de valores en que se expresan:

- Variable cualitativa: Aquella cuyos valores son de tipo nominal (sexo, nacionalidad, ítems 1, 2, 3, 4, 5, 10, 11, 12).
- Variable cuas cuantitativa: Valores de tipo nominal, en las que existe un orden (ítems 6,7 y 9).

³⁷ Includido los datos de clasificación de los sujetos.



- Variable cuantitativa discreta: Solo puede tomar determinados valores en un intervalo. Casi siempre son valores enteros (frecuencia de asistencia a un restaurante).
- Variable cuantitativa continua: Puede tomar cualquier valor en un intervalo (edad).

La clasificación anterior de los ítems del cuestionario y los datos de clasificación, es relevante, porque en dependencia de ello, fueron decididos los métodos numéricos y gráficos para su procesamiento, los que a continuación son mostrados, al presentar e interpretar los resultados de la aplicación del cuestionario.

La aplicación de estadígrafos descriptivos del comportamiento de los ítems, cuya escala de valores es de tipo nominal, se muestra en las tablas No. 9, No. 10 y No. 11

Descriptive Statistics: a,- La gastr; b,- La diver; c,- La atenc; ...

Variable	Mean	SE Mean	StDev	Minimum	Median	Maximum
a,- La gastronom	3,4589	0,0674	0,8147	2,0000	3,0000	5,0000
b,- La diversida	2,9178	0,0500	0,6047	2,0000	3,0000	4,0000
c,- La atención	4,0068	0,0554	0,6695	3,0000	4,0000	5,0000
d,- La limpieza	3,4932	0,0593	0,7168	2,0000	4,0000	5,0000
e,- La presentac	2,7055	0,0516	0,6233	2,0000	3,0000	4,0000
f,- Los precios	3,5890	0,0547	0,6609	2,0000	4,0000	5,0000
g,- La promoción	2,8904	0,0477	0,5768	2,0000	3,0000	4,0000
h.- Están presen	1,9041	0,0438	0,5295	1,0000	2,0000	3,0000
i,- El ambiente	3,7466	0,0557	0,6727	2,0000	4,0000	5,0000

Tabla No. 9: Estadística descriptiva de variables utilizadas en el cuestionario en la dimensión: Evaluación de la restauración extrahotelera del Polo. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.

Descriptive Statistics: a.- Calidad ; b.- Variedad; c.- Atención; ...

Variable	Mean	SE Mean	StDev	Minimum	Median	Maximum
a.- Calidad de l	4,5411	0,0414	0,5000	4,0000	5,0000	5,0000
b.- Variedad de	3,9041	0,0729	0,8814	2,0000	4,0000	5,0000
c.- Atención (co	4,2671	0,0577	0,6977	3,0000	4,0000	5,0000
d.- Limpieza e h	4,2877	0,0532	0,6428	3,0000	4,0000	5,0000
e.- Presentación	2,7671	0,0559	0,6751	1,0000	3,0000	4,0000
f.- Precio	4,3699	0,0673	0,8138	3,0000	5,0000	5,0000
g,- Publicidad	3,0685	0,0671	0,8108	1,0000	3,0000	5,0000
h.- Seguridad qu	4,0616	0,0742	0,8961	3,0000	4,0000	5,0000
i,- Ambiente y	3,8562	0,0652	0,7877	2,0000	4,0000	5,0000

Tabla No. 10: Estadística descriptiva de variables utilizadas en el cuestionario en la dimensión: Comportamiento de los clientes, como consumidores de los servicios de restauración. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.



Descriptive Statistics: a.- Calidad y ap; b.- Balance en l; c.- Cantidad (ta

Variable	Mean	SE Mean	StDev	Minimum	Median	Maximum
a.- Calidad y ap	4,8082	0,0327	0,3951	4,0000	5,0000	5,0000
b.- Balance en l	4,5068	0,0415	0,5017	4,0000	5,0000	5,0000
c.- Cantidad (ta	3,4932	0,0654	0,7900	2,0000	3,0000	5,0000

Tabla No. 11: Estadística descriptiva de variables utilizadas en el cuestionario en la dimensión: Comportamiento de los clientes, como consumidores de los servicios de restauración. **Fuente:** Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14.

Los resultados de las tablas No. 9, No. 10 y No. 11, se estratifican en función de la nacionalidad como se muestra en el **Anexo No. 22**.

En cuanto a la dimensión motivaciones para de viaje, en la muestra los sujetos manifiestan las razones principales y secundarias, como se exhibe en el Gráfico No. 22. Como se aprecia, predomina el sol y la playa como motivo principal de viaje a Varadero: 107, para el 73.3% del total, seguido a distancia de los viajes de incentivos, los originados por razones de salud y los que tienen como propósito la práctica de buceo en los excelentes escenarios, que provee el destino para ello. Como se evalúa, predomina la cultura del país como motivo secundario de viaje a Varadero: 94, para el 64.4% del total, seguido a distancia de los viajes que tienen como propósito la práctica de buceo de incentivos, los que tienen su atractivo en el sol y la playa, y los originados por razones de salud. Destaca el hecho que solo 14 sujetos, el 9.6% del total, no responden al requerimiento de otros motivos de viaje, lo que significa que la inmensa mayoría de los sujetos muestrales 136 para el 90.4%, sí tienen otro(s) motivo(s) para el viaje turístico.

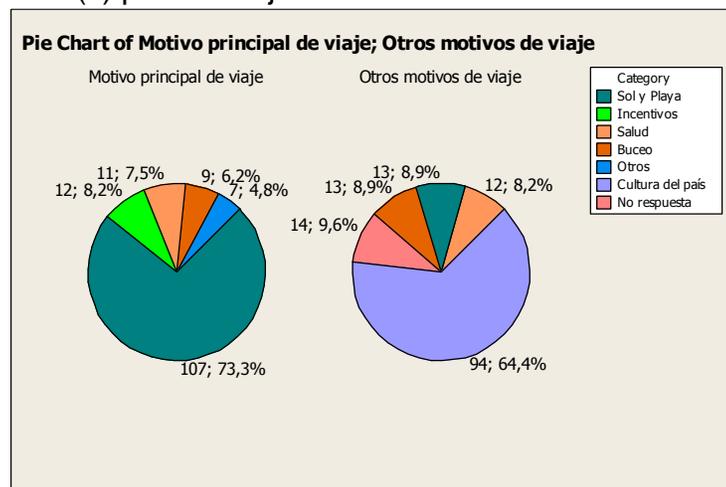


Gráfico No. 22: Distribución de las respuestas de los sujetos de la muestra sobre los motivos principales y secundarios de viaje. **Fuente:** Elaboración propia, resultado del procesamiento con Minitab V 14.



La asociación que muestra el Gráfico No. 23 es aún más relevante de la transformación que experimenta el comportamiento del turista de sol y playa, pues 76 sujetos que suscriben ese motivo principal, tienen como motivo secundario reconocido la cultura del país.

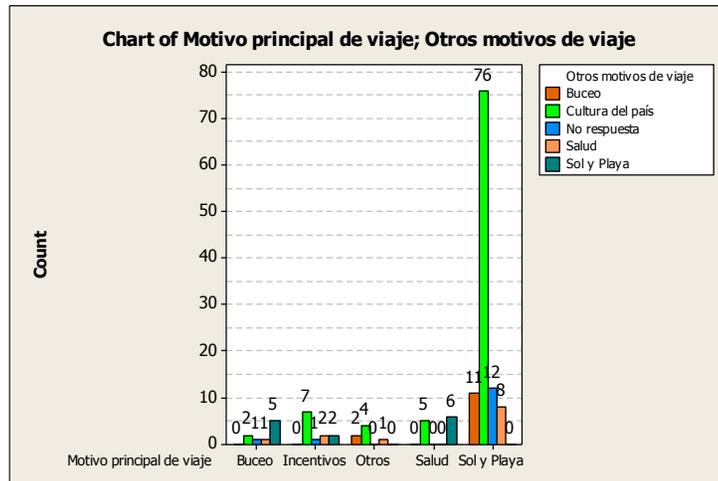


Gráfico No. 23: Asociación de las respuestas de los sujetos de la muestra sobre los otros motivos de viaje y los motivos principales. **Fuente:** Elaboración propia, resultado del procesamiento con Minitab V 14.

Estos resultados confirman empíricamente la evolución de la actividad turística en el tiempo desconocida hace poco más de 60 años, de disfrute de un número creciente de personas de esa fecha hacia acá, de aparición de un nuevo turista, para el que nuevas motivaciones de viaje, incluida la cultura del lugar visitado y la gastronomía como parte de ella, adquieren una importancia relevante.

Respecto a la dimensión comportamiento del los clientes, como consumidores de servicios de restauración extrahotelera, se observa como éste está impactado por la nacionalidad y región geográfica de procedencia, lo que a su vez comporta condicionamientos de tipo cultural y socioeconómico.

La frecuencia con que los sujetos de la muestra visitan a los restaurantes en su lugar de residencia habitual, se comporta de la siguiente manera:

- Una vez al mes (32.2 %).
- 1 ó 2 veces en semana (28.8 %).
- Una vez cada 15 días (25.3 %).
- Otra mayor (13.7 %).



La frecuencia de visita a los restaurantes es un indicador del gasto que se asume en esta actividad y de su lugar en el presupuesto familiar. Todo ello tiene un comportamiento que se explica por la nacionalidad y cultura de origen de los visitantes, como se muestra en el Gráfico No. 24.

De manera general en la muestra se observa que el 62.3% del total, 91 sujetos, expresan cuidar su alimentación en reconocimiento de los efectos de esta sobre la salud. La estratificación de las respuestas a esta pregunta por nacionalidades (Gráfico No. 24), evidencia que en los países de Europa y Norteamérica es mayor la importancia y conciencia que sobre este problema global han adquirido los viajeros. Así, mientras que el 100.0% de los españoles, el 84.21% de los alemanes, el 82.3% de los canadienses, observan prescripciones sobre la alimentación, en una proporción mucho menor se encuentran los visitantes latinoamericanos que manifiestan tal preocupación.

En la muestra se aprecia que para aquellos que en relación a la preocupación por la dieta, los factores que más interesan son en orden decreciente, los siguientes:

- Calidad y aporte dietético (4.80)
- Balance en la alimentación (4.50)
- Tamaño de las porciones (3.49)

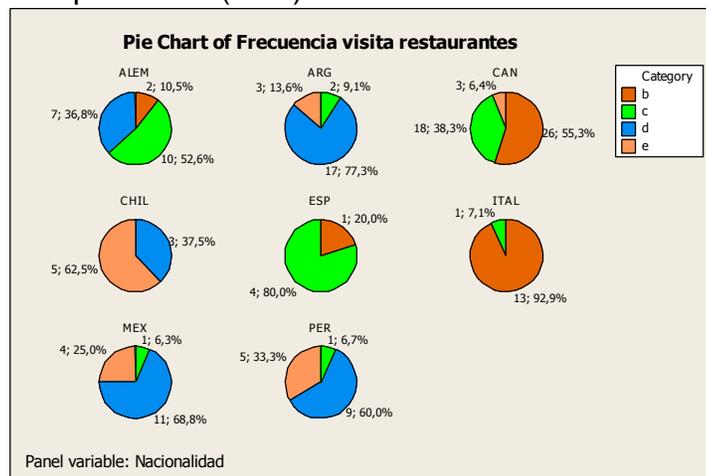


Gráfico No. 24: Distribución de las respuestas de los sujetos de la muestra sobre la frecuencia de visita a restaurantes en el lugar de residencia, teniendo como variable panel a la nacionalidad.

Fuente: Elaboración propia, resultado del procesamiento con Minitab V 14.

Al estratificar por nacionalidades, las respuestas acerca de la prioridad que los sujetos conceden a los factores de la dieta (Gráfico No. 25), queda establecido



similar patrón de comportamiento para la mayoría de las nacionalidades consideradas, aunque destaca el hecho que la importancia atribuida al tamaño de las porciones es mayor en Italia y en los países latinoamericanos.

En la muestra las razones para seleccionar un restaurante se ordenan en orden decreciente de importancia, como se muestra a continuación:

- a Calidad de la oferta (4.54).
- d Limpieza e higiene (4.28).
- f Precio (4.36).
- c Atención (cortesía y profesionalidad) (4.26).
- h Seguridad que ofrece una marca reconocida y de prestigio (4.06).
- b Variedad de la oferta (3.90).
- i Ambiente y decoración (3.85).
- g Publicidad (3.06).
- e Presentación de los menú (2.76).

La respuesta acerca de las razones para seleccionar un restaurante, estratificada por nacionalidades muestra cómo en los países de Europa y Norteamérica es mayor la significación que se otorga a la limpieza e higiene y a la seguridad que ofrecen marcas de reconocido prestigio, pues allí las personas están más fidelizadas, es decir “dominadas” por las marcas.

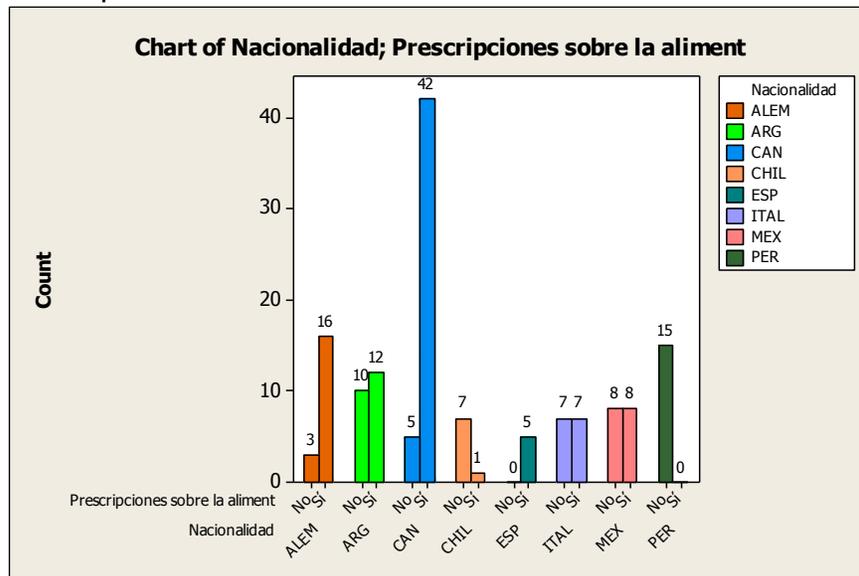


Gráfico No. 25: Asociación de las respuestas de los sujetos de la muestra acerca de si suscriben o no prescripciones sobre la alimentación, y la nacionalidad. **Fuente:** Elaboración propia, resultado del procesamiento con Minitab V 14.



Las respuestas más frecuentes a la pregunta sobre lo que buscan en las ofertas gastronómicas, cuando viajan, fueron: comer bien (49 sujetos), degustar un buen plato (26 sujetos) y descubrir nuevos sabores (22 sujetos), para el 73.48% de los 132 sujetos que respondieron esta pregunta de la encuesta. Otras respuestas a este ítem de la encuesta fueron: “aprender del lugar visitado”, “degustar una buena comida”, “disfrutar”, “no afectar mi salud”, y “sentirme como en casa”. No se apreciaron diferencias de consideración entre el comportamiento de las respuestas a esta pregunta y las nacionalidades de origen de los respondientes.

En relación a la disposición de realizar un viaje turístico, siendo la gastronomía la razón principal o secundaria del desplazamiento, se observa que solo 67 sujetos de la muestra, para el 45.9% del total, respondieron afirmativamente. Sin embargo, esta proporción es mayor en los países de Europa y Norteamérica, considerados en la muestra, como se evidencia en el Gráfico No. 26. Este hallazgo es de importancia para el estudio, pues estos países son por una parte, los mayores emisores de visitantes hacia el Polo y por la otra, los que conceden un mayor atractivo al patrimonio cultural como recurso turístico a consumir en los destinos visitados.

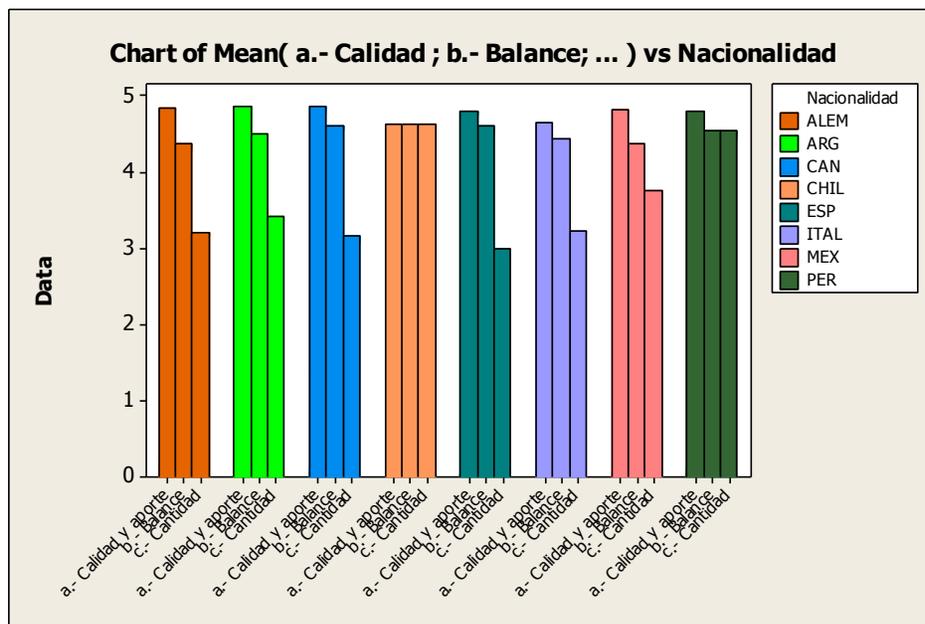


Gráfico No. 26: Asociación de las respuestas de los sujetos de la muestra acerca de la importancia que atribuyen a los factores de la dieta, y la nacionalidad. **Fuente:** Elaboración propia, resultado del procesamiento con Minitab V 14.



Los destinos que los sujetos asocian con la gastronomía y el turismo gastronómicos, o sea que están posicionados en las mentes de ellos como referentes, si el placer por la buena mesa es el factor condicionante del viaje, son en orden decreciente según la frecuencia de aparición: España, Francia, Portugal, Estados Unidos, México e Italia. Destaca el hecho de que una buena parte de los sujetos (51 para el 34.9%) no identificó destino alguno. Por otra parte, de los 6 destinos identificados, 5 son países mediterráneos y/o con vínculos muy fuertes con esta cultura, en los que la oferta de esta comida vive un “boom” sin precedentes.

En relación a la dimensión: evaluación de la restauración extrahotelera en el Polo, (Gráfico No. 27) se sustancian las apreciaciones críticas que en otros momentos de esta memoria escrita ya se han hecho.

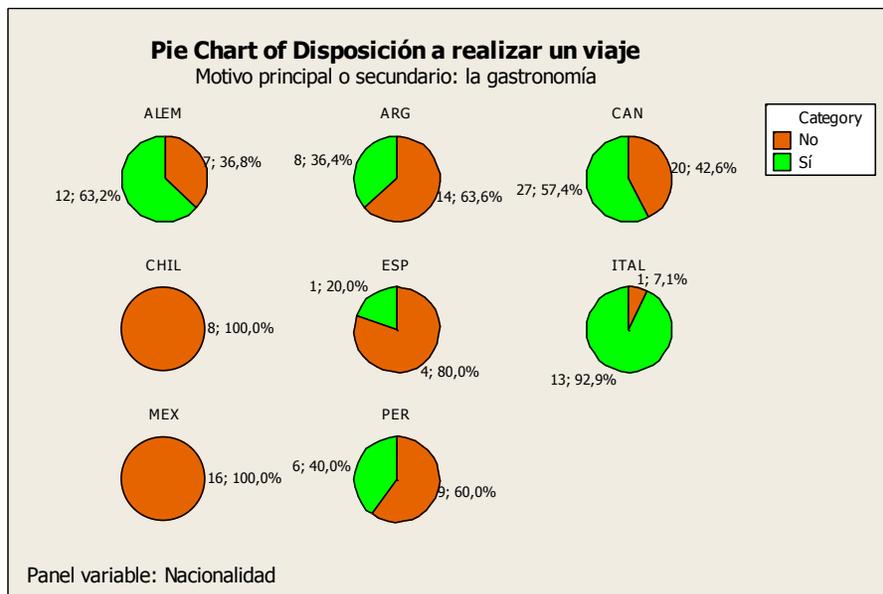


Gráfico No. 27: Distribución de las respuestas de los sujetos de la muestra sobre la disposición a desplazarse por motivos gastronómicos, teniendo como variable panel a la nacionalidad. **Fuente:** Elaboración propia, resultado del procesamiento con Minitab V 14.

Así, por ejemplo, el hecho de que 98 sujetos, 67.1% del total, no hayan identificado restaurante de preferencia, pese a ser repitentes en el Polo, indica que la parte gastronómica de la experiencia del viaje a Varadero, no se fija en la memoria, o sea



no es memorable. Entre los restaurantes más citados se encuentran el Restaurante Esquina Cuba, Restaurante Retiro Josone³⁸ y Restaurante Mansión Xanadú.

En los 52 sujetos que identificaron a un restaurante de preferencia en el Polo, se valoraron las causas de esta decisión, resultando que las mismas se ordenan como sigue en orden decreciente, según la frecuencia con que aparecen:

- Lo conozco de anteriores visitas (21 sujetos para el 40.38 %).
- Me lo han recomendado (20 sujetos para el 38.46 %).
- Conozco su marca (7 sujetos 13.46 %).

En la muestra los aspectos considerados en la evaluación de la percepción de los clientes de la restauración extrahotelera, de mejor a peor calificados, se ordenan como sigue:

- La atención (cortesía y profesionalidad de los trabajadores) (4.00).
- Ambiente y decoración (3.74).
- Precios (3.58).
- Limpieza e higiene (3.49).
- Gastronomía en general (3.45).
- Diversidad de los platos (2.91).
- Promoción (2.89).
- Presentación de los menú (2.70).
- Presencia de marcas de reconocido prestigio (1.90).

La situación descubierta revela la negativa percepción de los clientes de la restauración extrahotelera del Polo, sobre el estado de esta, lo cual es más preocupante si se correlacionan estos resultados con la importancia atribuida a las razones consideradas para seleccionar un restaurante, apreciándose cómo el estado de las razones de mayor importancia, es evaluado de manera insatisfactoria.

Un análisis del comportamiento de estas respuestas por nacionalidad de origen de los sujetos (Gráfico No. 28), revela que los juicios más severos son emitidos de manera general por los países de Europa y Norteamérica. Además los respondientes de este origen son más críticos al valorar:

- La higiene y la limpieza, ya que asocian este aspecto a la seguridad de la experiencia gastronómica y le conceden a ello la máxima prioridad.

³⁸ En realidad el Retiro Josone no es un restaurante, sino un complejo recreativo en el que se localizan 5 restaurantes.



- La presencia de marcas de reconocido prestigio, ya que lamentan en mayor medida su ausencia.

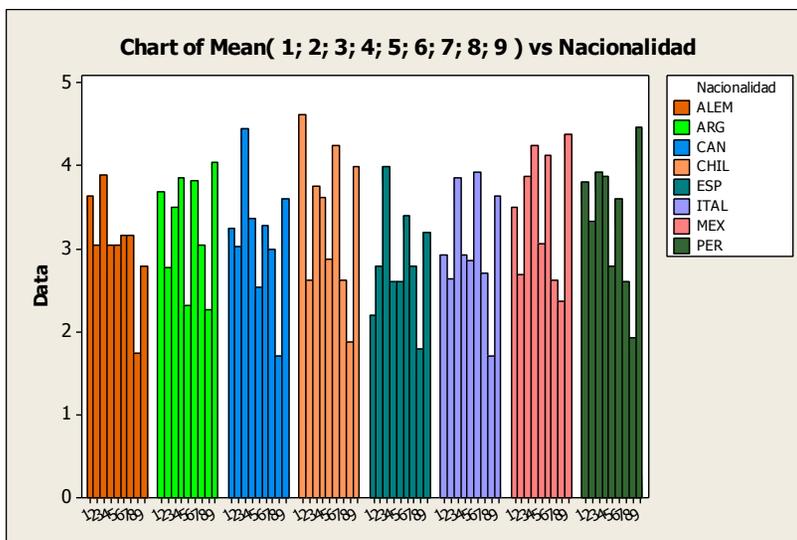


Gráfico No. 28: Asociación de las evaluaciones de los sujetos sobre aspectos de la restauración extrahotelera en el Polo, y la nacionalidad. **Fuente:** Elaboración propia, resultado del procesamiento con Minitab V 14. Leyenda: 1,-La gastronomía en el Polo es de buena calidad, 2,-La diversidad de los platos es buena, 3,-La atención (cortesía y profesionalidad) en los restaurantes es razonable, 4,-La limpieza e higiene son razonables, 5,-La presentación de los menú es razonable, 6,-Los precios son razonables, 7,-La promoción que se le hace a las ofertas gastronómicas es buena, 8.-Están presentes marcas de reconocido prestigio, 9,-El ambiente y la decoración son agradables y coherentes con la oferta.

Los aspectos relativos a la dimensión: datos de clasificación ya fueron comentados en el epígrafe II.2.5, al caracterizar la muestra de clientes externos.

III.2.- Estado actual y sugerencias para el incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero.

III.2.1.- Entrevistas en profundidad.

Una de las herramientas que se aplicó en este estudio es la entrevista en profundidad a actores relacionados con la restauración, a saber:

- Clientes.
- Informantes claves.
- Proveedores de servicios de restauración.

Para la entrevista a clientes se aplicó la guía, que se adjunta en el Anexo No. 10.



Se desarrollaron 18 entrevistas a clientes. Los resultados muestran que la frecuencia con que asisten los clientes al restaurante, se distribuyen: todos días (0 para el 0.0%), 2 veces a la semana (4 para el 22.2%), una vez cada 15 días (8 para el 44.4%), y una vez al mes (6 para el 33.3%).

La mayoría absoluta (16 para el 88.8%), manifiesta elevada preocupación por los ingredientes y la forma de preparación que contengan los alimentos que va a consumir, como se corresponde con la conciencia que sobre estos temas se va imponiendo y con la preocupación creciente de las personas por su salud y aspecto físico.

Al identificar qué cambios le gustaría concretar en el Polo Turístico de Varadero para hacer más grata la experiencia de su visita, son frecuentes las respuestas relativas a la necesidad de opciones de ocio y de recreación, de una mayor calidad en los servicios de restauración extrahoteleros. Varadero no es percibido como un destino caro.

Los atractivos del Destino que captan más la atención de sus visitantes son: el pueblo cubano, la historia de Cuba y el reconocimiento del país como un destino diferente.

La evaluación³⁹ que hacen los entrevistados de la experiencia gastronómica en el Polo Turístico de Varadero, es en relación a:

- plato favorito (2.5).
- higiene y cuidado del establecimiento (2.6).
- relación calidad/precio, (3.2).
- atención y profesionalidad. (3.8).

Las características de la Cocina Mediterránea más mencionadas por los entrevistados son:

- consumir alimentos vegetales en abundancia: frutas, verduras, legumbres y frutos secos.
- consumir pescado en abundancia y huevos con moderación.
- frecuente consumo de vinos, ya que recientes estudios confirman que su consumo controlado es beneficioso para la salud.
- Utilización del aceite de oliva como principal grasa de adición.

³⁹ Utilizando una escala Likert de 1 a 5, en la que 5 es la mejor apreciación y 1 la peor.



El 100% de los entrevistados reconoció a algún restaurante de su ciudad, región con comida mediterránea, identificándolo por su nombre, memorizando sus platos favoritos en el menú del mismo y significando la alta aceptación de que goza el lugar entre sus familiares y amigos.

Ningún entrevistado reconoció la existencia de algún restaurante del Polo Turístico de Varadero con Comida Mediterránea.

Para la entrevista a informantes claves se aplicó la Guía, que se adjunta en el Anexo No. 12.

Se desarrollaron ocho entrevistas a informantes claves y en calidad de tales, intervinieron especialistas de la materia en la EHTV y gestores de reconocido prestigio en el ámbito de la restauración en Varadero.

Los resultados muestran que los informantes claves evalúan negativamente la actividad de restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero, consintiendo que se aprecia un deterioro de la calidad y variedad de la misma, una localización de las principales capacidades/establecimientos y la insuficiente presencia de las tendencias que marcan la pauta en este sector.

A juicio de los entrevistados, las cocinas temáticas de mayor presencia en Varadero son la cubana, la italiana y la china.

Entre los factores a los que se atribuye la baja presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero se señalan:

- el desconocimiento de las características y bondades de la misma;
- un panorama notable de ineficiencia que ha caracterizado las inversiones para el nuevo desarrollo en la Sucursal Palmares Matanzas;
- la ausencia de una percepción del sentido de urgencia, con que han de ser acometidos cambios en la restauración del Polo;
- la morosidad y el anquilosamiento de los que gestionan la restauración, que experimentan, según los entrevistados, “cierto cansancio”, “falta de energía”, “insuficiente agresividad para acometer proyectos nuevos”;

Entre los factores que van al encuentro del propósito de transferir y asimilar con éxito la Cocina Mediterránea, se citan: la creciente competitividad del sector turístico en el Polo, las presiones del MINTUR para que se produzcan cambios sustanciales en la calidad de la oferta, los cambios en el comportamiento de los clientes como



consumidores de servicios gastronómicos y la expansión sin precedentes que esta cocina regional experimenta en el mundo.

Para la entrevista a proveedores de servicios de restauración se aplicó la Guía que se adjunta en el Anexo No. 11.

Se desarrollaron 23 entrevistas a proveedores de servicios de restauración, que se desempeñan en funciones de dirección o de servicio directo al cliente en instalaciones de restauración.

Los resultados muestran que:

- Es elevado y acertado el conocimiento acerca de cuáles países conforman la Cuenca del Mediterráneo.
- No hay conocimiento de qué es la Cocina Mediterránea (algunas respuestas erróneas que se aprecian son: “mariscos y pastas”, langosta y camarón, cocina italiana), cuáles características le distinguen, qué alimentos (comidas y bebidas) la identifican. Para ello se alegan sinrazones como: “llevo mucho tiempo en la cocina internacional, más de 14 años y no me salgo de esa línea”, “tengo otra línea de trabajo que es la comida china”.

Solo un entrevistado pudo citar acertadamente una receta de Cocina Mediterránea, el Gazpacho. Ellos declaran que en el menú, aunque hay platos que puedan ser considerados como mediterráneos, no se identifican ni promocionan como tales.

La mayoría reconoce no haber recibido formación alguna sobre la Cocina Mediterránea, con más frecuencia si se trata de personas que no egresaron de FORMATUR

Los proveedores de servicios consideran que la oferta de los establecimientos en que laboran (15 para el 65.21% del total) se ha estancado, no evoluciona y que es similar a la de otros establecimientos de su tipo en el Polo y País.

III.2.2.- Integración e interpretación de los resultados. Sugerencias de mejora para el incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero.

Para la integración de los resultados se utilizó la herramienta Grupo Nominal, en este caso compuesta por siete profesionales del área de cocina y restauración en el Polo (Anexo No. 13) que satisfacen los siguientes requisitos predefinidos:



1. Experiencia de desempeño en el área de restauración, como docente e investigador, por más de 5 años.
2. Resultados positivos en su desempeño, evidenciados a través de su evaluación en los últimos 3 años.
3. Disposición a colaborar con el propósito de la presente investigación, confirmada a partir de entrevista con los candidatos a integrar el Grupo Nominal.

La Agenda del Grupo Nominal perseguía como objetivo explorar la percepción de sus integrantes acerca de:

1. Importancia de las herramientas aplicadas.
2. Pertinencia de las herramientas aplicadas.
3. Coherencia de los resultados obtenidos a partir de las diferentes herramientas.
4. Sugerencias para la mejora de la realidad de la restauración extrahotelera en el Polo, a partir del incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea.

Como parte de la Agenda del Grupo Nominal (puntos 1, 2, 3), se propuso a los integrantes de este, que llenaran y comentaran brevemente una tabla, en las que se les solicitaba una evaluación de características como importancia, pertinencia y coherencia. Para ello se utilizó la siguiente escala Likert de tipo ordinal:

5 – Muy alta; 4- Alta, 3.- Aceptable, 2.- Inaceptable, 1.- Muy aceptable.

Los resultados de la agregación de las evaluaciones individuales de los sujetos que integraban el Grupo Nominal se muestran a continuación:

Característica	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7
Importancia de las Herramientas	3	5	5	4	5	5	5
Pertinencia de las Herramientas	5	5	5	4	5	5	5
Coherencia de los Resultados	4	4	4	3	4	4	4

Tabla No. 12: Valoración en el grupo nominal de la importancia, pertinencia y coherencia de las herramientas empleadas en este estudio. **Fuente:** Elaboración propia.

La concordancia entre los evaluadores fue descrita a través del Coeficiente de Kendall, calculado a partir del Software de aplicación Estadística, Minitab V 14. (Ver **Anexo No. 23**)

Como se aprecia el Coeficiente de Kendall toma un valor de 0.84, que al ser mayor que 0.72, nos permite afirmar que es alta la concordancia entre los miembros del Grupo Nominal, según las convenciones en uso para la interpretación de los valores de este coeficiente.



Fiabilidad

Se observa en el **Anexo No. 24**, que para el cuestionario de evaluación de la percepción de los clientes sobre la restauración extrahotelera, el Coeficiente Alfa de Cronbach alcanza un valor de 0.892.

Como se evidencia, el Coeficiente Alfa de Cronbach para ambos cuestionarios, calculado a partir de la utilización del SPSS V 18, obtiene valores $> 0,7$; lo cual demuestra una buena consistencia entre los ítems y permite concluir en positivo la evaluación de la fiabilidad de la escala.

III.3.- La elaboración, implementación y validación parcial de un Programa de formación/capacitación en materia de Cocina Mediterránea.

Como lo ha expresado Ronald D. Archer⁴⁰, el enfoque CTS se basa en el desarrollo de actividades enfocadas a la toma de decisiones, relacionadas con aspectos sociales del mundo real que tienen un contenido importante de ciencia y de técnica; el contenido científico se construye sobre una base de necesidad-de-conocer, que también provee al alumno de la capacidad de razonamiento crítico para considerar otros aspectos que serán de importancia en el siglo XXI.

Por la anterior razón, cuando se asume el enfoque CTS, como premisa para la educación/capacitación en materia de Cocina Mediterránea, el alcance va más allá de una manera de seleccionar y/o ordenar contenidos sobre esta cocina regional en el currículo y presupone que:

- El aprendizaje, como proclama el paradigma constructivista, nunca puede ser independiente de quien aprende, no puede simplemente transferirse de una persona a otra como el símil de un vaso que llena al otro, la "transmisión" de conocimientos es un concepto sin sentido.
- Son necesarias investigaciones acerca de la percepción e ideas previas de los alumnos sobre aspectos socio-científicos de orden global o local, relacionados con la Cocina Mediterránea, para que la acción en el salón de clases se inicie a partir de los antecedentes del propio grupo.

⁴⁰ Citado por Garritz Andoni (1994) al hacer referencia a una multitud de esfuerzos en los que se introducen diversos aspectos de interés social en la enseñanza de la ciencia, con anterioridad al movimiento de reforma de la educación a nivel mundial, conocido como STS (del inglés Science-Technology-Society), el cual se integra formalmente como corriente con ese nombre en la década de los años ochenta del siglo XX.



- La definición de contenidos de carácter puramente científico, así como su distribución posible y plausible entre las diferentes unidades (matriz unidades/contenidos), derive en la aparición secuencial de los mismos, en base a un árbol coherente de aprendizaje que considere aspectos de orden psicológico y de orden lógico, pero sobre todo los primeros.
- Los contenidos a considerar han de estar en íntima relación con los problemas sociales y con la búsqueda de soluciones científicas y tecnológicas para enfrentar la dinámica del desarrollo y los cambios que este genera.
- Los contenidos pierden importancia relativa en relación a la relevancia que adquiere la metodología (contexto, medio y manera en que se realiza la instrucción) del enfoque CTS.
- La acción en el salón de clases exige apartarse del esquema tradicional e implica que se contemplen actividades de planeación del trabajo, estrategias metodológicas, actividades estudiantiles y técnicas de enseñanza innovadoras, tales como:
 - La búsqueda y utilización de las preguntas de los propios alumnos para guiar las lecciones, para lo que resulta esencial aceptar e inducir la aparición de iniciativas estudiantiles. Ello implica olvidar en ocasiones los propios planes del docente y el empleo inicial del libro de texto.
 - La promoción del intercambio, sobreposición y debate de las ideas alternativas generadas en el aula o el laboratorio, con el debido respeto que todas merecen por parte del profesor.
 - El aprovechamiento de la energía y el liderazgo de los aprendices para encaminar las acciones y obtener su colaboración en la búsqueda de información, sea en materiales escritos, con entrevistas a expertos o mediante la realización de experimentos.
 - La organización de grupos de trabajo que fomenten estrategias colectivas de aprendizaje, fundadas en la cooperación, el respeto y la distribución de las tareas en el equipo.
 - El empleo de preguntas de fin abierto, cuya respuesta no sea única, que simulen o se refieran a problemas de interés y supervisar que las respuestas que se den incluyan el análisis de consecuencias de las



decisiones propuestas, con base en balances riesgo/beneficio y costo/impacto. En las discusiones finales será imprescindible motivar la autoevaluación y la reformulación de las ideas a la luz de nuevas evidencias y experiencias.

En el año 2006 la autora de este estudio diseño y lanzó un Programa de educación/capacitación en materia de Cocina Mediterránea, del que hasta la fecha se han desarrollado cinco versiones y han egresado 182 alumnos en las modalidades de Curso de Capacitación Ramal y Curso de Postgrado.

Para el mejoramiento continuo del Programa, la autora ha desarrollado un proceso de validación empírica, a partir de los supuestos del Modelo de Kirkpatrick⁴¹.

Los resultados de la validación empírica de este Programa indican que:

- Son elevados los índices de satisfacción de los cursistas, una vez concluida la acción.
- Se desarrollaron actividades que mejoraron el proceso de aprendizaje de los alumnos para el estudio de las Ciencias, tanto en el aspecto teórico, como en el trabajo práctico de aplicación.
- Se acercó la Ciencia al alumno a través del estudio de hechos cotidianos.
- Se aumentó el interés de los alumnos por la Cocina, como disciplina científica que requiere un enfoque multidisciplinario.
- Se comprobó que el estudio de fenómenos cotidianos resulta un instrumento motivador para el aprendizaje de las Ciencias.
- Se logra que los alumnos descubran el lado lúdico de la Cocina Mediterránea.
- Se ve incrementada la autoestima de los alumnos al sentirse parte integrante de un proyecto.
- Se hace a los alumnos conscientes de la necesidad de que en cada momento cada uno de los integrantes de un equipo desempeñe la función que tiene asignada, para el buen desarrollo del proyecto común.
- Los alumnos consideran el trabajo en equipo como un elemento clave para la consecución de objetivos.

⁴¹ El modelo de evaluación de Kirkpatrick es el más aceptado universalmente. En efecto, en la referida escala, el primer nivel es el de "reacción" o de satisfacción del participante; el segundo nivel es el de "aprendizaje"; el tercer nivel es el de "efectividad", también conocido como aplicación; y el cuarto nivel es el de "impacto". Benítez R, Jorge Luis (2010).



En el **Anexo No. 25** aparece el programa de educación/capacitación, que elaboró esta autora.

III.4.- Conclusiones parciales del 3^{er} capítulo.

Al término de este Capítulo se presentan y analizan los principales resultados de la investigación, describiéndose:

- Los resultados de la evaluación del estado de la restauración extrahotelera en Varadero, lo que supuso:
 - Listar las fuentes de información disponibles, empleadas en el análisis secundario y la manera en que estas tributaron a los propósitos del estudio.
 - Caracterizar sociodemográficamente al universo de restaurantes de la Sucursal Palmares Matanzas.
 - Caracterizar sociodemográficamente a los administradores de la muestra de restaurantes seleccionados, obteniendo que el perfil de los mismos corresponde al de un hombre blanco de 47 años, que tiene vencido o superado el nivel de escolaridad medio superior y que acumula 15 años de experiencia en los servicios, 13.5 años en los servicios gastronómicos, 4 años en el Grupo Palmares, 3.3 años en la instalación y 12.9 años en la actividad de dirección.
 - Caracterizar sociodemográficamente a la muestra de clientes externos, a la que se aplica una encuesta para evaluar el estado de la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.
 - Presentar y comentar los resultados de la aplicación de la guía elaborada para la observación estructurada del desempeño de los restaurantes.
 - Presentar y comentar los resultados de la administración del cuestionario para la evaluación de la percepción de los clientes sobre la restauración extrahotelera en el Polo Turístico de Varadero.
- Los resultados de la evaluación del estado actual y sugerencias para el incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo Turístico de Varadero lo que supuso:
 - Presentar y comentar los resultados de las entrevistas en profundidad a actores relacionados con la restauración, a saber:



- Clientes, Informantes claves, y Proveedores de servicios de restauración.
- Presentar y comentar los resultados del despliegue de una agenda de trabajo, concebida para un grupo nominal, en la que se realizó una aproximación a la validación de contenido y fiabilidad de las herramientas empleadas, al tiempo que se formuló una serie de sugerencias válidas para asegurar el éxito en la transferencia tecnológica de esta cocina regional a Varadero.



Conclusiones

Al término de la presente investigación:

- Se cumplen todos los supuestos del diseño metodológico de este estudio.
- Se construye un marco teórico referencial apropiado para el estudio de la Cocina Mediterránea, a partir de 4 ejes temáticos:
 - Gastronomía y Turismo.
 - Cocina.
 - Cocina regional.
 - Cocina Mediterránea.
- Se significa el enfoque CTS para el estudio del fenómeno de la Cocina Mediterránea, asumiendo que su introducción en Varadero es un proceso de transferencia tecnológica, para el que, a priori, se identifican y citan argumentos a favor.
- Se evalúa el estado actual de la restauración extrahotelera en Varadero con el empleo de un potente set de herramientas, en el que se distingue el profuso empleo de los métodos numéricos y gráficos de la estadística descriptiva, desde el fiable soporte que es el software Minitab Versión 14.
- Se describe el deterioro de los servicios de restauración extrahotelera en Varadero, las causas y condiciones que lo han propiciado y fundamenta la necesidad de revertir con urgencia esta tendencia.
- Se facilita el proceso de transferencia de la Cocina Mediterránea a Varadero, formulando una serie de sugerencias válidas con ese propósito.
- Se destaca entre las sugerencias formuladas: el diseño, la convocatoria y la ejecución de una acción de educación/capacitación en materia de Cocina Mediterránea, cuyos impactos y enfoque CTS se sustentan.
- Se contribuye a través de la educación/capacitación, del enfoque participativo desplegado para el desarrollo de este trabajo, a la mejora de la capacidad de los gestores de la restauración extrahotelera en la Sucursal Palmares Matanzas, para participar responsable y críticamente en el proceso de incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en el Polo.



Recomendaciones

Al término de este trabajo se recomienda:

- Diseñar e implementar una campaña de bien público a favor de comportamientos responsables en materia de dieta y nutrición, teniendo como argumentos los impactos positivos que se derivan para la salud humana.
- Ampliar la participación real de los trabajadores del sector turístico en el diseño e implementación de decisiones en materia de gestión.
- Concienciar sobre la necesidad de cambio en la gestión de la restauración extrahotelera del Polo Turístico de Varadero, favoreciendo la diversidad y calidad de la oferta y la consideración de las mejores prácticas y tendencias internacionales en la materia.
- Presentar los resultados de este estudio a los gestores del Polo Turístico de Varadero, y particularmente a los que en el diseñan y gestionan la restauración extrahotelera, para que les den cause e incorporen el incremento de la Cocina Mediterránea en la oferta gastronómica, a la cartera de proyectos que hoy se manejan para que Varadero se “rejuvenezca” como Balneario.
- Continuar desarrollando acciones de educación/capacitación en materia de Cocina Mediterránea y evaluando sus impactos.
- Proponer la experiencia piloto de un restaurante mediterráneo en la restauración extrahotelera de Varadero, para cuyo diseño y puesta en marcha sean tenidas en cuenta las sugerencias que hace el presente estudio para el incremento de la cocina regional en el Polo.
- Extender la utilización, previa adecuación, del procedimiento empleado en este estudio para facilitar la transferencia tecnológica al Polo de otras: cocinas regionales, productos, servicios, etc.
- Continuar desarrollando, para futuras aplicaciones, el análisis de la validez y la fiabilidad de las herramientas empleadas en este estudio, dando mayor alcance a esta tarea.



Bibliografía

1. Allbough, L., Keys, A. La Cocina Mediterránea como modelo alimentario. Tomado de: <http://www.educacion.es>, 22 de abril de 2009.
2. Análisis de la satisfacción laboral como índice de calidad del servicio: aplicación empírica 4. al sector hotelero/ Sánchez Cañizares, Sandra María...[et.al.].-- Córdoba:[s.n.], 2007.-- 24p.
3. Antioxidant flavonols and ischemic heart disease in a Welsh population of men: / MGL. Hertog....[et al.] – p.89-94. -- The Caerphilly study. Am J Clin Nutr . – Año 65, No.14,2001.
4. Antioxidant response to oxidative stress induced by exhaustive exercise./ A.Aguiló,..[et al] . -- Physiol Behav , 2004 .—[s.p].
5. Antioxidants mechanisms of ployphenolic caffeic oligomers, constituents of *Salvia officinalis*. /W. Bors...[et al.] . – p.1-11 . --- Biol Res. -- Año37, No. 30, 2004.
6. Aranceta J, On behalf of the Working Party for the development of food-based dietary guidelines for the Spanish population ; Dietary Guidelines for the Spanish population / J.
7. Aranceta, LI. Serra-Majem. --- 3-8. -- Public Health Nutr.—Año 4, No..140, 2001.
8. Basu TK. Vitamins in human health and disease. / TK Basu, JWT Dickerson . -- London; CABI Publs., 2001.
9. Beltrán Martínez, Antonio. Comer y Beber en Aragón/ Antonio Beltrán Martínez.--Aragón: Editorial Ibercaja, 2005.-- 25p.
10. Benavides Serrano, José. Elaboración del inventario de recursos gastronómicos con potencial turístico del Cantón Novol / José Luis Benavides Serrano; – 2007. – 491h- -Trabajo de Diploma, Escuela Superior Politécnica del Litoral (Guayaquil, Ecuador), 2007.
11. Benítez, R. Jorge Luis. Cómo evaluar la efectividad del entrenamiento, Tomado de <http://www.gestiopolis.com/organizacion-talento-2/como-evaluar-efectividad-entrenamiento-basado-escala-kirkpatrick.htm>, 24 de agosto de 2010.



12. Bianchini F. Wine and resveratrol: mechanisms of cancer prevention ? / F. Bianchini, H. Vainio , J. Eur . -- Cancer Prev. --p. 17-25. -- Año12:,No.4, 2003
13. Bioguided isolation and identification of the nonvolatile antioxidants compounds from fennel (Foeniculum vulgare Mill.) waste. / I. Parejo...[et al.]. --J Agric Food Chem.—Año 52,No. 7, 2004.
14. Bozeman, B. Technology transfer and public policy: a review of research and theory. Research Policy, (New York), 29: pp. 627–655, 2000.
15. Bravo L. Polyphenols. Chemistry, dietary sources, metabolism, and nutritional significance. / Polyphenol Bravol. --- p.7-33. -- Nutr Rev. – Año 56, No.31,2003.
16. Briante R. Antioxidante properties of low molecular weight phenols present in the Mediterranean Diet. / R. Briante, F. Febbraio, N. Nucci . – p.75-81. -- J Agric Food Chem . – Año 51, No. 69, 2003.
17. Burton G,. Vitamin E: antioxidant activity, biokinetics, and bioavailability./ G. Burton, MG, Traber. -- p.57-82 . -- Ann Rev Nutr. -- Año 10,No.3, 2003.
18. Bybee, Rodger W. Evolution in perspective: the science teacher's compendium / Rodger W Bybee.-- EE.UU.: Editorial National Science Teachers Association (NSTA) Press, 2004.- - 99 p.
19. Byers T. Vitamin E supplements and coronary heart disease. / T. Byers. – p.33-45. --Nutr Rev. – Año 51, No.3, 2003.
20. Carine, Igor. Actas del Congreso Internacional de Gastronomía/ Igor Carine.-- [s.l.]: [s.n.], 1995.-- [s.p.].
21. Castells, M. El Reconocimiento Internacional de la Dieta Mediterránea como Patrimonio Inmaterial: Oportunidades para el Turismo Gastronómico Balear. Tomado de:<http://www.gestioncultural.org/boletin/2008/bgc17-MCastells.pdf> , en el (Boletín Gestión Cultural Nº 17: Gestión del Patrimonio Inmaterial), Septiembre de 2008.
22. Castro Ruz, R. Discurso en la clausura del IV Período Ordinario de Sesiones de la Asamblea Nacional del Poder Popular./ R. Castro Ruz,. --p.2. --En Granma. -- La Habana, 2 .21 de Diciembre de 2009.



23. Consuming tourists: food tourism consumer behaviour. In: Food Tourism Around the World./ Development, Management, Markets. Hall, M... [et al] (editors). Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 60-80 [Links],2003.
24. Coombs GF.. Chemopreventive mechanisms of selenium. / GF Coombs.. – p.18-24 . -- Med Klin. – Año 94, 1999.
25. Datos del Censo de Población y Viviendas de Cuba en el 2002. Tomado de: <http://newsgroups.derkeiler.com>, 18 de marzo de 2004.
26. Differential response of lymphocytes and neutrophils to high intensity physical activity and to vitamin C diet supplementation./ P. Tauler....[et al.]. – p. 1-8. -- Free Radic Res. – Año37, No.9, 2003.
27. Efectos sobre la salud de la dieta mediterránea. Tomado de: <http://www.dietamediterranea.com> , 21 de mayo de 2010.
28. Effect of exercise intensity and training on antioxidants and cholesterol profile in cyclists /A. Aguiló...[et. al.]--- .p.319-325.-- Public Health Nutr Año14, No.(6), 2003.
29. El aceite de oliva. Tomado de: <http://www.asoliva.com>, 18 de diciembre de 2007
30. El tagine y la cocina mediterránea. Tomado de: <http://demoraquotidiana.blogspot.com>, 22 de octubre de 2008.
31. El vino y la dieta mediterránea. Tomado de: <http://elmundovino.elmundo.es>, 12 de noviembre de 2009
32. España. Organización Mundial del Turismo (OMT). Introducción al Turismo/OMT.- - Madrid: Editorial OMT, 2001.- - 68p.
33. Fields, K. Demand for the gastronomy tourism product. Motivational factors. In: Tourism and Gastronomy. Hjalager, A. M; Richards, G. (editors). Routledge, London, pp. 36-50 [Links], 2002.
34. Fischler, C. El (h) omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo/ C Fischler.-- Barcelona, España: Editorial Anagrama, 1995.-- 220p.
35. Flavonoid intake and long-term risk of coronary heart disease and cancer in the seven countries study. / MG. Hertog...[et al.]. – p.1-6. -- Arch Intern Med . –Año 155:, No.38, 2001.



36. Free radicales and oxidative stress in exerciseimmunological aspects. /AM. Niess...[et al]. –p. 22-56. -- Exerc Immunol Rev. –Año 5, 2002.
37. Free radicales and tissue damage produced by exercise. / KJA Davies...[et al.] . –p. 1198-1205. -- Biochem Biophys Res Commun. – Año 107, 2002.
38. Frei B. Pro-and antioxidant effects of vitamin C in vitro and in vivo. / B. Frei. –p.35-36. -- Free Radic Res . -- Año 36 (suppl. 1), 2002
39. Galli C. Antioxidant properties of Mediterranean diet. / C. Galli, F. Visioli . –p. 5-8. -- Int J Vitam Nutr Res. – Año 71, No.18, 2001.
40. García Jiménez Alfredo. Turismo y economía internacional. Impactos sobre el destino Cuba. Presentación preparada en el curso de cuadros del turismo. Tomado de la intranet de la Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo, 19 de octubre de 2008.
41. Garritz, Andony. Ciencia, Tecnología y Sociedad: a diez años de iniciada la corriente. Tomado de <http://www.oei.es>, 12 de agosto de 1994.
42. Ghiselli A. The antioxidant potential of the Mediterranean diet. / A Ghiselli, A. D'Amicis, A. Giacosa.. – P.15-19. -- Eur J Cancer Prev . – Año 6, suppl 1):,2003
43. Ginard R. Cançoner popular de Mallorca./ R. Ginard. – Palma : Ed. Moll, Volum Tercer., 2001. --.312.p.
44. Giovannucci E, A review of epidemiologic studies of tomatoes, lycopene, and prostate cancer. / E Giovannucci. –p. 852-859 . -- Exp Biol Med . – 227, 2002;:
45. Giovannucci E. Tomatoes, tomato-based products, lycopene, and cancer: review of the epidemiologic literature./ E. Giovannucci. –p.17-31. -- J Natl Cancer Inst. – Año 91,No.3, 2004.
46. Gotto AM. Antioxidants, statins, and atherosclerosis./ AM. Gotto. –p.5-10. -- J Am Col Cardiol. – Año. 41, No. 120, 2003
47. Grecia y el sabor mediterráneo. Tomado de: <http://www.sabormediterraneo.com>, 17 de agosto de 2010.
48. Guerin, T. Why sustainable innovations are not always adopted. Resources, Conservation and Recycling (New York), 34: pp. 1 -18, 2001.



49. Hall, M.. Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. In: Tourism and Gastronomy. Hjalager, A. M; Richards, G. (editors). Routledge, London, pp. 71-90, 2002.
50. Halliwell B. Free radicals in biology and medicine. / B. Halliwell, JMC. Gutteridge . -- New York : Oxford University Press, Oxford 3ª ed. . --, 1999.
51. Harman D. Role of free radicals in aging and disease. / D. Harman . ---p.26-41. -- Ann NY Acad Sci. – Año 6, No. 73. 2002.
52. Hirano T. Antiproliferative activity of mammalian lignan derivatives against the human breast carcinoma cell line./ T. Hirano, F. Fukuoka, K. Oka . --- p. 592-602.-- Cancer Invest. – Año 8, 2001.
53. Historia de la dieta mediterránea. Tomado de: <http://www.dietamediterranea.com>, 19 de septiembre de 2010.
54. Hjalager, A. M.. Tourism and gastronomy. Routledge, London , 2002
55. JA, Romaguera D, Pons A. Adherence to the Mediterranean dietary pattern among the population of the Balearic Islands./ JA., Romaguera , D. Pons . – p. 1-6. -- Brit J Nutr . – Año 92, No. 34, 2004.
56. James WPT. The Mediterranean diet: protective or simply non-toxic / WPT. James, GG. Duthie, KWJ. Wahle . –P. 31-41. -- ? Eur J Clin Nutr. – Año 43, No.(suppl.2), 2005.
57. Jiménez, José, M. Aspectos de la eficiencia en la transferencia de tecnología. Tomado de: <http://www.madrimasd.org>, 16 de octubre de 2003.
58. Keys A. How to eat well and stay well, the Mediterranean way. / A. Keys ,M. Keys.-- New York; Doubleday and Co, 2001. -- 5. p..
59. Keys A. Mediterranean diet and public health: personal reflections./ A. Keys. –p.1321-1323. --- Am J Clin Nut. – Año 6, No.1(suppl. 1995).
60. Keys A. Seven countries. A multivariate analysis of death and coronary heart diseases / A. Keys. --. Harvard University Press, Cambridge, 2002. -- 381.p.
61. Kromhout D. On the waves of the Seven Countries Study. A public health perspective on cholesterol. / D. Kromhout. – p. 796-802.-- Eur Heart J. – Año 20, 2003.



62. La dieta mediterránea y la alergia respiratoria. Tomado de: <http://www.eladerezo.com>, 22 de abril de 2009.
63. Lacanau, G. (coordinadoras) Gastronomía y turismo. Cultura al plato. CIET, Buenos Aires , 2003
64. Lacanau, Gloria. Gastronomía y Turismo: cultura al plato/ Gloria Lacanau, Juana Norrild.- - Buenos Aires: Editorial centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2003. - - 128p.
65. Lévi-Strauss, C. Mitológicas II. De la miel a las cenizas/ C Levi-Strauss - - México: Editorial Siglo XXI, 2002.
66. Lindsay DG, Astley SB. European research on the functional effects of dietary antioxidantes - EUROFEDA. / DG. Lindsay, SB. Astley . – p. 1-38. -- Mol Asp Med. -- Año 23, 2002
67. López Cerezo, José A. La cultura científica tiene un extraordinario valor práctico para mejorar la vida de las personas. Tomado de <http://www.madrimasd.org>, 20 de septiembre de 2010.
68. López Cerezo, José A. Los entornos de la innovación. Revista Iberoamericana de Ciencia Tecnología y Sociedad. (Buenos Aires). Vol 1 (002): pp. 189-193, abril de 2004.
69. López Cerezo, José A. Ciencia y política del riesgo/ José Antonio López Cerezo, José Luis Luján. —Madrid: Alianza Editorial, 2000. —213 p.
70. López Cerezo, José A. Ciencia, Tecnología y Sociedad: el estado de la cuestión en Europa y Estados Unidos. Revista Iberoamericana de Educación. [s.l.], (18): 41-68, 1998.
71. López Cerezo, José A. Ciencia, Tecnología y Sociedad: el estado de la cuestión en Europa y Estados Unidos. Tomado de: <http://www.rieoei.org/oeivirt/rie18.htm>, Septiembre-Diciembre de 2007.
72. López Cerezo, José A. Participación pública en política tecnológica. Problemas y perspectivas. Revista Arbor CLIX. (Madrid), (627), 279-308p, 1998.
73. López Cerezo, José A. Políticas del bosque/ José Antonio López Cerezo, M.I. González García. — USA: Cambridge University Press, 2002. — 189p.



74. López-Vélez M. The study of phenolic compounds as natural antioxidants in wine. / M. López-Vélez, F. Martínez-Martínez, C. Del Valle-Ribes. –p. 33-44. -- Crit Rev Food Sci Nutr . – Año 43, No. 2, 2003.
75. Machado Ventura, José Ramón. Discurso en la clausura del Acto por el 50 Aniversario de la FMC. Granma. (La Habana). 24 de Agosto de 2010.p.2.
76. Macía, R. Patrimonio gastronómico. Tomado de: <http://www.geocities.com>, Marzo de 2009.
77. Manna C,. The protective effect of the olive oil polyphenol (3,4-dihydroxyphenyl)-ethanol counteracts reactive oxygen metabolite-induced cytotoxicity in Caco-2 cells. / C. Manna, P. Galletti, V. Cucciola. – p. 86-92. -- J Nutr. – Año 127, No.2, 2006.
78. Marrero Cruz, Manuel (Ministro de Turismo de la República de Cuba). Discurso en las conclusiones de la visita de trabajo para evaluar el estado de Varadero de cara a la temporada alta 2010/2011. Octubre 16 de 2010, Sala de Convenciones de Plaza América en Varadero. Documento clasificado 1866 de la Oficina del Ministro
79. Mediterranean diet and all-causes mortality after myocardial infarction: results from the GISSI /F. Barzi...[et al.] . – p. 604 – 611. -- Prevenzione trial. Eur J Clin Nutr. – Año 57,2003
80. Mediterranean diet and the French paradox: Two distinct biogeographic concepts for one consolidated scientific theory on the role of nutrition in coronary heart disease. / M .De Lorgeri...[et al.]—p.3-15. -- Cardiovasc Res. – Año 54, No. 50,2002
81. Mediterranean Diet pyramid: A cultural model for healthy eating./ WC. Willett...[et al.]. –p. 2-6. -- Am J Clin Nutr. – Año 61, No. 6, 1995.
82. Montanari, Massimo, El mundo en la cocina / Massimo Montanari.--Madrid: Editorial Paidós Diagonales, 2003.-- 32p.
83. Nascimento Rodríguez, Jorge ¿Cuándo el management dejó el biberón? Tomado de www.janelanaweb.com, 21 de junio de 2005.



84. Núñez Jover, Jorge. Ciencia y cultura en el cambio de siglo: a propósito de C. P. Snow/ Jorge Núñez Jover. —La Habana: Editorial Ciencias Sociales, 1999. —240p.
85. Núñez Jover., Jorge —En: La nueva universidad cubana y su contribución a la universalización del conocimiento. —La Habana: Editorial Félix Varela, 2006. —14-46p.
86. Oficina Nacional de Estadísticas de la República de Cuba. Anuario Estadístico de Cuba de 2008. Tomado de <http://www.one.cu>, 28 de julio de 2010.
87. Olive oil and red wine antioxidant polyphenols inhibit endothelial activation. Antiatherogenic properties of Mediterranean / MA. Carluccio [et al.]. —p. 622-629. -- Diet phytochemicals. Arterioscler Thromb Vasc Biol. — Año 23, 2003.
88. Olive oil and the Mediterranean diet: beyond the rethoric./ Lli. Serra-Majem...[et al.] . —p.2-7. -- Eur J Clin Nutr . --57(suppl. 1, 2003
89. Packer L. Oxidants, antioxidant nutrients and the athlete. / L. Packer. —p. 53-63. -- J Sports Sci. — Año 15, No. 3 ,2001.
90. Padilla Dieste, C. Las cocinas regionales. Principio y fundamento etnográfico, Ponencia presentada en el VII Congreso Internacional de Sociología Rural. Quito / C Padilla.-- Quito: [s.n.], 2006.-- 24 p.
91. Parker RS. Dietary and biochemical aspects of vitamin E. / RS. Parker. — p.157-232. -- Adv Food Nutr Res. —33, 2004.
92. Pedagogía/G.Reuner...[et.al.]-- La Habana: Editorial de Libros Para la educación, 1981.—476p/
93. Pedro M. Rosario Barbosa. 2010, Filosofía de Kart Popper. Tomado de la URL: http://pmrb.net/books/texts/karl_popper.pdf, consultado: abril de 2010.
94. Phenolic compounds and squalene in olive oils: the concentration and antioxidant potential of total phenols, simple phenols, sicoiridoids, lignans and squalene. / RW. Owen...[et al.] . —p. 47-59 . -- Food Chem Toxicol. — Año 38, No. 6, 2000
95. Pollan, M. The Omnivore's Dilemma. A Natural History of Four Meals / M Pollan. — Estados Unidos: Editorial Penguin Books, 2007. --118p.



96. Pons A. El valor nutricional de los frutos secos y su repercusión en la alimentación de los deportistas. Iª Conferencia "Frutos secos y salud". / A. Pons, JA.Tur. -- Fundación NUCIS, Reus, 2001.
97. Powers SK, Physiological antioxidants and exercise training. A.; Hänninen Oeds. Handbook of oxidants and antioxidants in exercise. / OK Sen ,I. Packer, L Elsevier. --p.1-42. -- Science BV, Amsterdam. --Año1, 2000.
98. Prohaska JR. Biochemical changes in copper deficiency: possible mechanism of action. JR Prohaska. --p. 52-61. -- Nutr Biochem . -- Año1, 1990.
99. Pryor WA. Oxy-radicals and related species: their formation, life-times, and reactions. / WA. Pryor. --p. 57-67. --Ann Rev Physiol. -- Año 48, 2000.
100. Restaurantes de Cocina Mediterránea en España. Tomado de: <http://www.buscorestaurantes.com>, 19 de septiembre de 2010.
101. Risk of first non-fatal myocardial infarction negatively associated with olive oil consumption: a case-control study in Spain. / Jarne E, Fernández...[et al.]. -- p. 74-80. -- Int J Epidemiol . -- Año31, No.4, 2002.
102. Role of fibre and fruit in the Mediterranean diet to Project against myocardial infarction: a case-control study in Spain. / MA. Martínez-González...[et al.]. -- p. 15-22. -- Eur J Clin Nutr . --Año 56, No. 7, 2002.
103. Role of flavonoids and iron chelation in antioxidant action. / I. Morel...[et al.]. --p. 37-43. -- Meth Enzymol. -- Año 234, No. 4, 2003.
104. Schlüter, R.. (coordinadores) Gastronomía y turismo. Una perspectiva / R. Schlüter,, JM. Gándara, . CIET, Buenos Aires. [Links], 2003
105. Screening of free radical scavenging compounds in water extracts of Mentha samples using a postcolumn derivatization method. / M. Kosar...[et al.]. -- p. 5004-5010. --J Agric Food Chem . -- Año 52, 2004.
106. Segura R. Composición de los frutos secos y su valor nutricional. Iª Conferencia "Frutos secos y salud". / R. Segura. -- Fundación NUCIS, Reus, 2001.
107. Serra-Majem LI. ¿Más beneficios de la dieta mediterránea? Nutrición y Obesidad/ LI Serra-Majem. --P. 3-6.—Año 4 , No. 4,, 2001.



108. Slade R, Crissman K, Norwood J, Hatch G. Comparison of antioxidant substances in bronchoalveolar lavage cells and fluid from humans, guinea pigs, and rats./ R. Slade...[et al.]. –p.69-84. -- Exp Lung Res. – Año19, No. 4, 2003.
109. Solation and structure elucidation of radical scavengers from *Thymus vulgaris* leaves / A Dapkevicius...[et al.].—p. 2-6. -- J Nat Prod;Año 65, No.89, 2002
110. Stability of resveratrol over time and in varoius stages of grape transformation./ AA. Bertelli...[et al.]. -- p. 7-11 . -- Drugs Exp Clin Res. – Año 24 No. 20, 2005.
111. Sun AY,. The “French paradox” and beyond: neuroprotective effects of polyphenols./ AY. Sun, A. Simony, GY. Sun . – P.14-18. -- Free Rad Biol Med. – Año 32, No. 3, 2002.
112. Uña y Villamediana, Angel de. La gastronomía, ¿un paisaje en el puchero?/ Angel de Uña y Villamediana.--Zaragoza: Editorial Institución Fernando el Católico, 2007.--100p.
113. Van Itallie TB. Health implication of over-weight and obesity in USA. / TB. Van Itallie Ann. – p.3-8. -- Intern Med . – Año103, No. 98, 2002.
114. Viña J. Deporte de alta competición y daño oxidativo Papel de los nutrientes antioxidantes./ J. Viña. – 190-201. -- Nutr Clín . – Año 21, 2001..
115. Visioli F.. The role of antioxidants in the Mediterranean diet./ F. Visioli, C. Galli. – p.49-52. –Lipids. – Año. 36, 2001
116. What is protective in the Mediterranean diet? / MA Martínez-González...[et al.]. – p. 5-7. -- Atherosclerosis . – Año166, No. 40,2003.
117. Wolf SP, Gamer A, Dean RT. Free radicals, lipids and protein degeneration./ SP. Wolf. –p.27-31. -- Trends Bioch Sci . –Año .11, 2004.
118. Zerquera, José A. Intervención el 1er Evento Internacional Todo Incluido y Comercialización de los Destinos de Sol y Playa. [s.n.] (Varadero). Noviembre 2006. [s.p].

Anexo No.1: Datos sobre el desarrollo turístico de Cuba. 1990-2009.

Fuente: Dirección Comercial MINTUR.

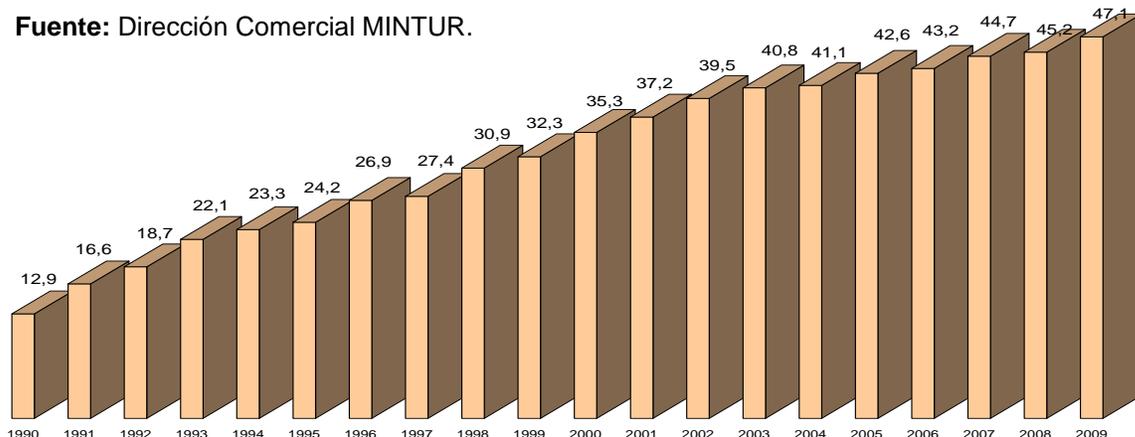


Gráfico: Dinámica del número de habitaciones dedicadas al turismo en Cuba.

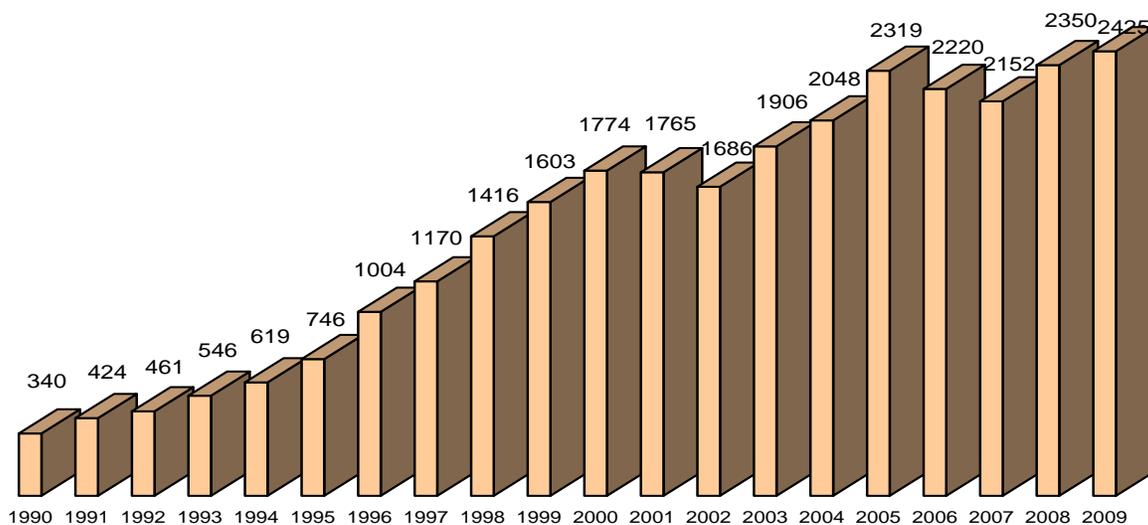


Gráfico: Dinámica de los arribos turísticos a Cuba.

En el período las habitaciones hoteleras han crecido a un ritmo promedio del 12,5%, los arribos turísticos - del 10,8%.

El desarrollo turístico de Cuba en el período 1990-2005 ha sido el más importante en los 25 principales destinos de Las Américas y del Caribe:

- Del lugar 23 al 8^{vo}, según arribos.
- Del lugar 21 al 8^{vo}, según flujo de ingresos.

Anexo No. 2: Macro indicadores económicos de Cuba Dinámica de crecimiento.
1990=100%.

Fuente: García Jiménez Alfredo, 2008.

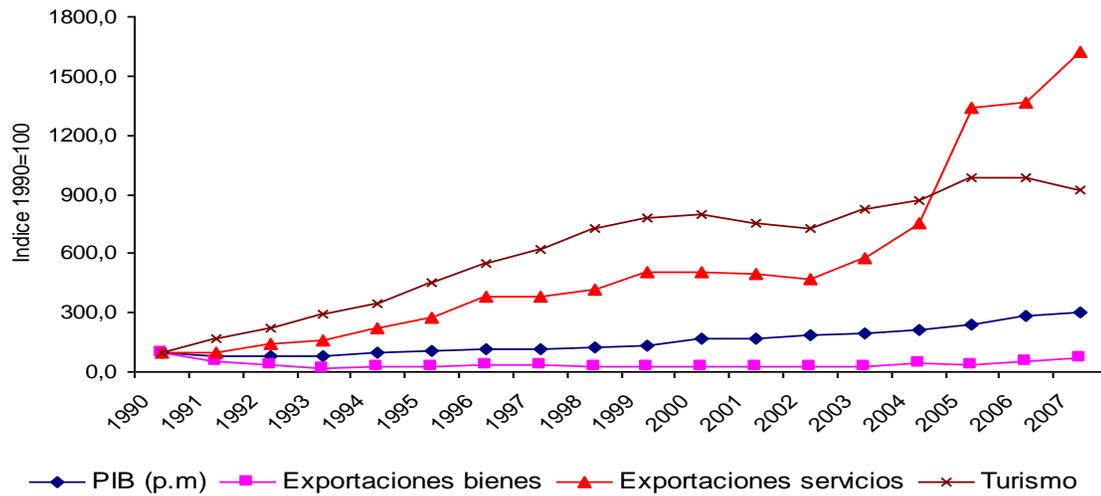


Gráfico: Dinámica de crecimiento de indicadores macroeconómicos.

Anexo No. 3: Datos sobre el desarrollo turístico de Varadero. 1990-2009.

Fuente: Dirección Comercial Delegación MINTUR.

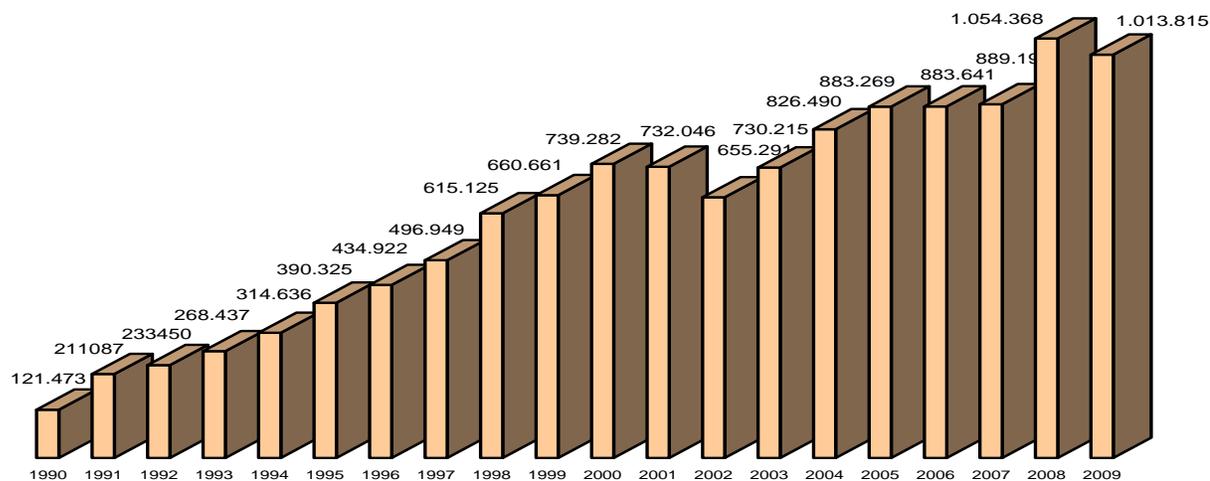


Gráfico: Dinámica de los arribos turísticos a Varadero.

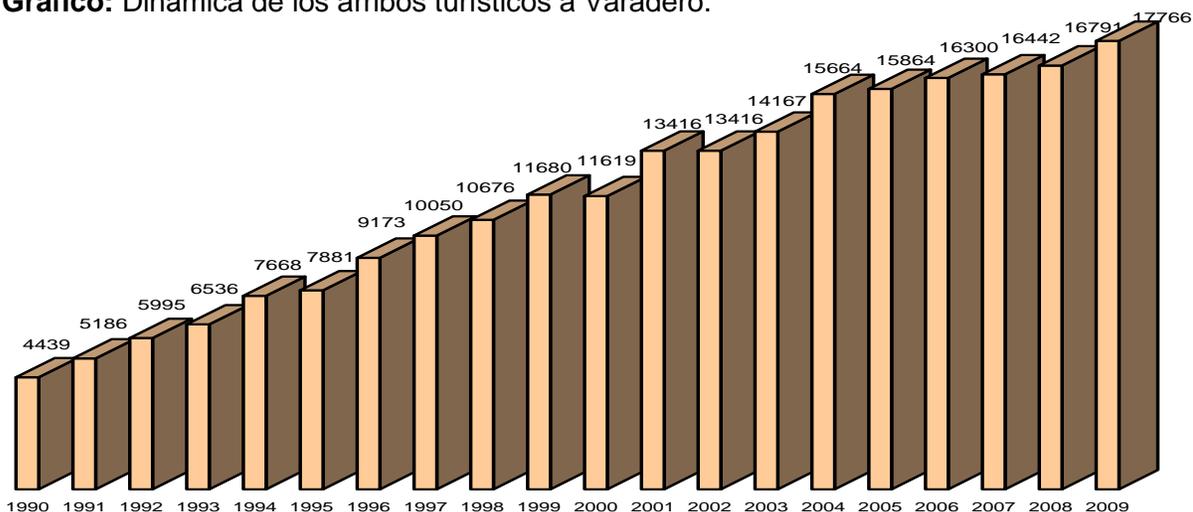


Gráfico: Dinámica del número de habitaciones dedicadas al turismo en Varadero.

En el período las habitaciones hoteleras han crecido a un ritmo promedio del 13.03% los arribos turísticos - del 20.9 %

Varadero integra el grupo de los cinco destinos más importantes del Caribe, compuesto además por: Cancún, Riviera Maya y Punta Cana.

Anexo No. 4: Recetas propias de la Cocina Mediterránea.

Fuente: Elaboración propia, a partir de la consulta y compilación de materiales diversos.

Menú

Entrantes o aperitivos



Gazpacho

30min

Ingredientes	<u>4 raciones</u>
Tomates	1 kilo
Pepino	1 unidad
Pimiento	1 unidad
Miga de pan	150 gramos
Aceite de oliva	5 cucharadas
Vinagre de Jerez	2 cucharadas
Sal	

Preparación:

En una batidora se colocan los tomates pelados y troceados, el pepino pelado y cortado en cuadraditos, el pimiento troceado y cortado en cuadraditos, el pimiento troceado, la miga de pan remojada, junto con el aceite, el vinagre y un poco de sal. Se bate todo muy bien y se aclara con agua hasta conseguir la densidad deseada. Se deja enfriar en la nevera y se sirve.

Ensalada de Garbanzos



30min

Ingredientes	<u>6 raciones</u>
Garbanzos	½ kilo
Tomates	4 unidades
Cebolla	1 unidad grande
Bonito en aceite	1 lata
Huevo duro	2 unidades
Sal, aceite, vinagre	

Salsa vinagreta

Cebolla	1 unidad pequeña
Pimiento marrón	1 unidad
Alcaparras	50 gramos
Aceite de oliva	2 decilitros
Vinagre	3 cucharadas
Sal, pimienta	

Nota: En el tiempo total no se cuenta el de la cocción de los garbanzos.

Preparación:

Se cuecen los garbanzos (de 2 a 3 horas, dependiendo de la clase) en agua sin sal. Se dejan un poquito blandos pues al echarle la vinagreta suelen endurecerse. (También puede hacerse con garbanzos de pote, ya cocidos). Una vez cocidos y mientras se enfrían, en un bol aparte se cortan los tomates, una vez pelados, en cuadritos muy pequeños igual que la cebolla, se mezcla todo y se añade la vinagreta y los garbanzos fríos. Si se quiere se le puede añadir una lata de bonito en aceite y un huevo duro picado. Este plato queda también muy sabroso, machacando 2 dientes de ajo y una cucharada de comino y añadiéndolos a la vinagreta.

Salsa vinagreta:

Hacer una emulsión con el aceite, el vinagre y la sal. Añadir la cebolla picada muy fina, las alcaparras enteras y el pimiento también fino. Salpimentar. Se le puede añadir un poco de agua de cocer los garbanzos. Mezclarlo todo.

Canapés de tomate y pepinillo



20min

Ingredientes

Pan blanco, tomate, cebollitas, pepino, sal, pimienta

Salsa mayonesa

Huevos	2 yemas
Aceite fino	¼ de litro
Limón	Unas gotas
Sal fina	

Nota: el tiempo de marcado incluye la preparación de la salsa mayonesa.

Preparación:

Untar pan blanco con mayonesa y agregar finas rodajas de tomate, sazonar y agregar finas rodajitas de cebollitas y de pepinillo.

Salsa mayonesa

Se puede hacer a mano en un bol o en batidora y licuadora. Exprimir unas gotas de limón, echar las yemas y la sal y añadir el aceite gota a gota. Si se hace en licuadora se puede utilizar las claras junto con las yemas, se necesitará más aceite para lograr consistencia, aumentará el volumen y saldrá más blanca.

Plato principal con guarnición



30min

Lasaña pasticciata

Ingredientes	<u>4 raciones</u>
Lasaña	400 gramos
Carne de ternera picada	300 gramos
Foie-gras trufado	100 gramos
Cebolla	1 unidad
Zanahoria	1 unidad
Apio	1 rama
Aceite	1 cucharada
Mantequilla	50 gramos
Caldo	Unas cucharadas
Vino blanco	1 vaso
Tomates	½ kilo
Mozzarella en lonchitas	200 gramos
Pan rallado	
Ajo	1 diente
Queso rallado y mantequilla para gratinar	
Sal, pimienta, nuez moscada.	

Preparación:

Cocer la lasaña durante 10 minutos y escurrirla, colocando las tiras de pasta sobre un paño. El relleno puede estar preparado la víspera o con antelación, montándolo y gratinándolo al momento de servir. Pelar y picar las verduras. Estofarlas lentamente en el aceite y la mantequilla, añadir la carne, sazonar y, cuando se seque, añadir las cucharadas de caldo. En cuanto éste se consuma, añádase el vino blanco. Cuando vuelva a su jugo, añadir los tomates pelados y sin pepitas (pasados por el chino) y rectificar el punto de sal, pimienta y nuez, añadiendo su fuera preciso una pizca de azúcar. Dejar que se haga durante 20 minutos y colar en una fuente refractaria, salpicarla de pan rallado y colocar en el fondo una o varias tiras de lasaña, encima de unas cucharadas de relleno que cubra la pasta y unas lonchitas de mozzarella. Tapar con pasta y seguir colocando “pisos” hasta terminar la lasaña, regar con un poco de mantequilla fundida y espolvorear de queso. Gratinar en el horno el tiempo justo para que se funda la mozzarella. Servir cuando se forme una capa dorada en la superficie.

Sardinias en cazuela

30min 

Ingredientes	<u>6 raciones</u>
Sardinias	1 kilo
Aceite de oliva	1 decilitro
Ajos	4 dientes
Pan rallado	2 cucharadas
Vino blanco	1 decilitro
Sal, perejil	

Preparación:

Limpian las sardinias y descamarlas perfectamente, quitarles la corteza y la espina central. Lavarlas, dejarlas escurrir y ponerles la sal. En cazuela de barro poner el aceite y calentar, añadir los ajos fileteados y el perejil; cuando se empieza a dorar colocar las sardinias cerradas, moviendo la cazuela con vaivén para que el aceite las bañe. Añadir el vino blanco, espolvorear de pan rallado y meter al horno aproximadamente 12 minutos. Se presentan en la misma cazuela con gajos de limón.

Cordero con vino tinto

30min 

Ingredientes	<u>6 raciones</u>
Cordero	1 kilo
Tocino	100 gramos
Cebolletas	200 gramos
Champiñones	200 gramos
Vino tinto	2 vasos
Harina	1 cucharada
Manteca de cerdo	50 gramos
Sal, pimienta, pimentón, laurel, tomillo	

Preparación:

Se calienta la manteca de cerdo en una cazuela de barro, se corta el tocino en daditos y se rehoga; una vez rehogado se retira y en su grasa se rehogan las cebolletas, que una vez doradas se agregan al cordero, que se habrá cortado en trozos. Cuando la carne se dore se añade la harina, que se habrá diluido en el vino tinto, incorporando las especias. Se tapa la cazuela y se deja cocer a fuego suave durante unos tres cuartos de hora. Se limpian los champiñones, se cortan en láminas finas y se añaden a la cazuela unos momentos antes de dar por finalizada la cocción. Se sirve en la misma cazuela de barro, bien caliente.

Espaguetis a la carbonara



10min

Ingredientes	10 raciones
Espaguetis	800 gramos
Tocino	200 gramos
Huevos	5 yemas crudas
Nata (de leche)	0'5 litro
Queso rallado	200 gramos
Sal	
Pimienta	
Nuez moscada	
Mantequilla	

Preparación:

Fondear el tocino cortado en cubitos con la mantequilla. A parte hacer la salsa: unir los huevos con el queso rallado, la nata, nuez moscada, sal y pimienta. Cocer la pasta en agua hirviendo salada. Escurrir y condimentar con la salsa carbonara.

Postre

Crema al limón



60min

Ingredientes	6 raciones
Huevos	6 unidades
Gelatina	6 hojas
Limonas	3 unidades
Azúcar	10 gramos
Crema de leche	1 vaso

Preparación:

Se pone la gelatina a remojo en agua fría. Se separan las claras de las yemas y se baten estas últimas con el azúcar hasta que la mezcla adquiera una consistencia espumosa. Seguidamente, se calienta el zumo de los limones y se diluye en él la gelatina previamente escurrida. Se incorporan las yemas batidas y se reserva en la nevera el conjunto hasta que cuaje un poco. A continuación, se montan por separado las claras y la crema de leche y se incorporan ambas a la crema. Se vierte en recipientes individuales y se reserva de nuevo en la nevera al menos media hora de su consumo.

Cassata siciliana



60min

Ingredientes

Helado de vainilla	600 mililitros
Helado de chocolate	450 mililitros
Nata líquida	150 mililitros
Azúcar glass	50 gramos
Frutas escarchadas	100 gramos

6 raciones

Preparación:

Se ablandan ligeramente $\frac{3}{4}$ partes del helado de vainilla y con él se forra la parte inferior de un molde de flanera con capacidad para un litro. Se mete en el congelador para que vuelva a endurecerse. Se ablanda también el helado de chocolate y se cubre la capa de vainilla de flanera. Se mete en el congelador. Se bate la nata líquida hasta que tenga consistencia con el azúcar glass. Se le añaden las frutas escarchadas en trocitos pequeños, y se vuelca en la flanera. Por último, el restante helado de vainilla se ablanda un poco y se cubre la nata con frutas, de manea que este helado haga como la tapa. Se cubre con papel de estaño y se mete en el congelador hasta que vuelva a estar duro. Para servir se vuelca en una fuente redonda metiendo el molde unos segundos en agua hirviendo.

Tarta de nueces



90min

Ingredientes

Nueces	$\frac{1}{2}$ kilo (1 vaso de nueces o avellanas ralladas)
Pan rallado	1 vaso
Azúcar	1 vaso
Limón	Ralladura de 1 limón
Coñac	1 copa
Huevos	3 unidades

6 raciones

Baño:

Azúcar	1 vasito
Agua	1 vasito
Chocolate Suchard	4 onzas

Preparación:

Se pican las $\frac{3}{4}$ partes de las nueces muy finas y solamente troceadas las restantes. Se baten las yemas con el azúcar y se añade el coñac y el aceite. Se bate hasta que esté bien unido. Se mezcla el pan rallado con las nueces molidas y se añade a las

yemas. Se baten las claras a punto de nieve y se mezcla a lo anterior, con cuidado de que no se bajen. Se unta un molde de 20 cm. de diámetro, mejor de los desmontables, con mantequilla y se enharina. Se echa con la presentación y se cuece en el horno muy fuerte (número 7 del termómetro) durante 40 minutos. Se saca el bizcocho del horno y se deja enfriar sobre la rejilla.

Tiramisú

Ingredientes	<u>6 raciones</u>
Queso mascarpone	250 gramos
Nata líquida	300 ml
Azúcar	100 gramos
Huevos	3 unidades
Café exprés	200 ml
Licor amaretto o brandy	1 chorro
Bizcochos	24 unidades
Cacao en polvo	100 gramos

Preparación:

Montar la nata muy fría con 50 gr. de azúcar hasta que quede compacta. Con los huevos separar las claras de las yemas. Montar las claras a punto de nieve. Mezclar las yemas con el mascarpone sin batir y añadir los 50 gr. de azúcar restantes. En un recipiente a parte, incorporar los ingredientes anteriores: las yemas, las claras y la nata. Procurar no perder la textura esponjosa incorporando suavemente los ingredientes. Disolver en el café, 30 gr. de cacao y el licor. Para montar el tiramisú, mojar ligeramente los bizcochos en el café y ponerlos ordenadamente en la base de un molde. Cubrirlos con la mitad de la crema. Repetir la operación hasta acabar con la crema. Guardar en nevera un mínimo de 6 horas para que se asienten los ingredientes. A la hora de servir, espolvorear con cacao en polvo.

Fotos de platos de Recetas del Mediterráneo.



Antipasto del Mediterráneo



Ensalada a la Mediterránea



Pollo a la mediterránea



Pollo a la mediterránea con salsa de pesto



Sándwich mediterráneo en pan de pizza



Espaguetis con mejillones y aceite oliva



Torta-mediterránea con Anchoas



Pescado relleno



Carpaccio



Trufas de chocolate a los frutos secos



Melocotones al Vino Tinto

Anexo No. 5: Glosario de términos de la Cocina Mediterránea.

Fuente: Elaboración propia, a partir de la consulta de materiales diversos.

A

ADEREZAR: Condimentar cualquier alimento con sal, aceite, vinagre, pimienta, hierbas aromáticas

ADOBO: Aliño, salsa o caldo que sirve para condimentar o para conservar carnes y otros alimentos.

AJILLO AL: Preparación que consiste en freír cualquier alimento con cierta cantidad de ajos enteros o troceados.

AJO BLANCO: Variedad de gazpacho de la provincia de Málaga. Se elabora con los siguientes ingredientes: ajo, sal, almendras, miga de pan remojada en agua, vinagre, aceite de oliva y agua fría y como guarnición: uvas peladas y costrones de pan frito.

AL DENTE: Término italiano aplicado al punto de cocción óptimo de las pastas. Se dice que una pasta está al dente cuando al probarla los dientes encuentran cierta dureza al llegar al centro de la misma. También se aplica a las verduras cocidas.

ALIÑAR ALI OLI: Salsa fría que se prepara en mortero (imprescindible que sea de mármol o loza). Se compone de dientes de ajo y sal que se machacan hasta conseguir una pasta a la que se le va añadiendo aceite de oliva gota a gota, sin dejar de mover, siempre en el mismo sentido, hasta obtener una mezcla homogénea. Se termina añadiendo unas gotas de limón. En teoría, el alioli se prepara solo con ajos y aceite, pero por la dificultad de ligarlos, resulta más fácil montar esta salsa añadiendo yema de huevo o un poco de patata cocida. Por su dificultad, en muchas ocasiones lo que se prepara es un falso alioli: mayonesa perfumada con ajo triturado. Combina bien con las carnes a la brasa, pescados, arroces y patatas hervidas.: Sazonar, condimentar, arreglar.

ALMIBAR: Azúcar disuelto en agua y cocido hasta que adquiere la consistencia de jarabe.

AMASAR: Es la acción de mezclar varios ingredientes hasta obtener un producto homogéneo.

ANCHOA: Boquerón desespinado, curado en salazón, envasado y recubierto de aceite.

ANTIPASTO: Denominación que reciben en Italia los entremeses.

AROMATIZAR: Añadir a una preparación algún elemento aromático.

ASAR: Someter a una pieza de carne, ave o pescado a la acción del calor para que se haga. Un asado suele ser al horno, aunque también se puede hacer a la parrilla o al asador.

ASPIC: Nombre que reciben los platos fríos, previamente cocinados. Tienen como característica común estar recubierta de gelatina y presentarse montados en moldes.

B

BAÑO BLANCO: Se utiliza en pastelería para el blanqueado de diversos productos como el de las rosquillas. Sus ingredientes son azúcar, yema de huevo, manteca y zumo de limón.

BATIR: Movimiento rápido que se hace con un tenedor, espátula de madera o batidor mecánico para mezclar varios ingredientes y obtener un preparado espumoso, que si está bien batido habrá aumentado varias veces de volumen. Montar es batir yemas, huevos o crema de leche hasta conseguir una determinada consistencia.

BATIR A PUNTO DE NIEVE: Batir claras hasta conseguir una consistencia casi sólida y una textura muy brillante. Un truco que no falla es darle la vuelta al recipiente donde hemos batido las claras, -si están a punto de nieve no se caen-. Para lograr este punto es imprescindible que las claras estén sin ninguna partícula de yema y que el recipiente esté limpio y seco.

BEARNESA: Salsa para acompañar pescado blanco o carnes rojas, realizada a base de yemas de huevo, mantequilla, escalonia, estragón y vinagre.

BOL: Tazón sin asa.

BLANQUEAR: Dar un ligero hervor a determinados alimentos.

BRASEAR: Cocer un alimento en su jugo y a fuego lento en un recipiente tapado. Se puede hacer en el horno. También hay pucheros específicos para brasear sobre vitrocerámica o gas.

BRIDAR: Atar con un hilo especial aves, pescados o piezas de carne para que durante su cocción no se deformen.

BROCHETA: Carnes, pescados y aves deshuesados y cortados en trozos pequeños que se sirven ensartados en el pincho en el que se han asado. Se combinan con trozos de cebolla, pimiento, tomates, champiñones, etc.

BRUNOISSE: Término francés con el que se denominan las hortalizas cortadas en dados de 1 mm a 3 mm. De grueso.

BULLABESA: Sopa típica de la costa mediterránea a base de pescados y mariscos. La sopa se sirve con costrones de pan y aparte los pescados y mariscos.

BUÑUELO: Preparado elaborado con carnes, pescados, legumbres, frutas, quesos, etc. que se rebozan en una pasta de diferente elaboración según el tipo de buñuelo y se fríen en abundante aceite.

C

CALDO: Líquido alimenticio que resulta de la cocción en agua de carnes, pescados, verduras, etc. El caldo corto se obtiene de cocer pescados y mariscos con hortalizas y hierbas aromáticas y optativamente un poco de vino blanco o espumoso. Se utiliza para preparar guisos de pescado o pescados en salsa y como caldo de platos de arroz o pasta.

CALZONE: Pizza que una vez que tiene todos los ingredientes y antes de su cocción se dobla a modo de empanadilla.

CANAPE: Aperitivo compuesto de una rebanada delgada de pan de molde generalmente untada con mantequilla y recubierta de alimentos varios. La variedad de canapés es inmensa.

CARAMELO: Último punto resultante de la cocción de azúcar y agua. Se utiliza en la elaboración de flanes, cremas

CARPACCIO: Plato a base de carne cruda de buey creado por Vittore Carpaccio, propietario del Harry's Bar en Venecia. Se corta un solomillo en láminas muy finas, se colocan extendidas, añadiendo por encima láminas de parmesano, - también finas - y se adereza todo con aceite de oliva virgen extra, zumo de limón, sal y pimienta. Al conseguir este plato un gran éxito, el carpaccio se ha extendido también a los pescados (salmón, bacalao, pescados azules) que se preparan sin piel ni espinas y cortados en láminas finas. Se aderezan, además, con alguna hierba aromática.

CASSATTA: Helado italiano, elaborado en molde de paredes bajas y lisas, compuesto de una cubierta de helado y de un relleno suave, que puede ser de frutas maceradas.

CHANTILLY: Nata montada a la que se le ha añadido azúcar.

CIVET: Nombre que reciben algunos ragoûts en Francia y que se preparan con carne macerada de animales de caza (corzo, liebre, jabalí) y cuya salsa se elabora con vino tinto y se liga con la sangre del animal.

CLARIFICAR: Operación para limpiar caldos u otros líquidos. Se realiza batiendo claras de huevo y echándolas en el líquido; al cuajarse absorben el exceso de grasa y las impurezas. Por último se pasa el caldo por un colador.

CONCASSÉ: Voz francesa empleada muy frecuentemente en cocina y que significa tomate pelado, sin semillas.

COCCION: Acción de cocer o cocinar. Los modos de cocción más conocidos son escalfar, hervir, al vapor, freír, saltear, gratinar, al horno, asar, brasear, estofar, a la parrilla, a la plancha...

COCINAR: Arte de guisar o elaborar platos culinarios.

CONDIMENTAR: Sazonar.

CONDIMENTO: Sustancia que se emplea en pequeña cantidad para resaltar o modificar el gusto normal de los alimentos y abrir el apetito.

CONGELACION: Sistema de conservación por medio de frío con temperaturas inferiores a cero grados, que van según los congeladores desde los 15 a los 40 grados bajo cero.

CONSOME: Caldo más o menos concentrado y transparente. Puede ser de buey, de ave, de caza o de pescado.

CROSTON: Rebanadas de pan cortadas de forma regular fritas y que acompañan o adornan platos como consomés, purés de verduras, cremas de legumbres, ensaladas

COULIS: Palabra francesa que se da al jugo obtenido de la cocción lenta de algunas preparaciones. Los purés finos y ligeros que se utilizan en salsas responden también al nombre de "coulis". Por ejemplo, el coulis de fresa se obtiene de hacer un puré de fresas mezcladas con azúcar, que se pasa por un chino y al que se le añade un poco de zumo de limón.

CREPES: Oblea muy fina elaborada con una pasta hecha de harina, huevos y leche y cocida en sartén con base gruesa. A la pasta se le puede añadir azúcar, si la crêpe se utiliza como postre y lleva un relleno dulce. Las crêpes saladas se pueden rellenar con múltiples ingredientes.

CRUDITES: Plato frío compuesto de vegetales crudos, cortados de distintas formas (juliana, rodajas, rallados) y aderezados o acompañados de alguna salsa.

CUAJAR: Transformar una sustancia líquida en una masa sólida y pastosa.

D

DADOS: Pequeñas porciones en forma de dado. Generalmente se aplica a la forma de cortar las puntas de jamón, el queso o distintas verduras, como las berenjenas, calabacines o tomates.

DEGUSTAR: Probar o catar alimentos o bebidas analizando sus cualidades gustativas, aromáticas, etc.

DESCAMAR: Quitar las escamas de los pescados.

DESOLLAR: Quitar la piel a una pieza de caza.

DORAR: Cocinar a horno fuerte o a fuego vivo en sartén con poco aceite un alimento hasta que adquiera un bonito color dorado.

E

EMPANAR: Recubrir un alimento con pan rallado para freírlo.

EN BLANCO (COCER EN): Cocer una pasta de hojaldre o quebrada sin el relleno final. Por ejemplo, cuando se va a montar una tarta de fresas, (las fresas no requieren cocción), la pasta se cuece sola. Para impedir que suba se cubre con garbanzos o judías que luego se retiran.

ENCAMISAR: Forrar el interior de un molde con tocino, hojaldre, pasta quebrada, pasta para patés, gelatina, etc.

ENCURTIR: Macerar y conservar en vinagre pepinillos u otros frutos o legumbres.

ENCHILADA: Tortilla de maíz enrollada o doblada, frita y aderezada con salsa de chile y otros ingredientes.

ENHARINAR: Pasar por harina un alimento para posteriormente freírlo. El pescado u otros alimentos se enharinan para que no se peguen al freírlos.

ENSALADA: Composición de hortalizas crudas y / o cocidas con o sin otros ingredientes aderezada con aceite, sal, vinagre u otras salsas.

ENTREMES: Aperitivos que se sirven antes del plato principal de una comida. Se caracterizan por su gran variedad, su cuidada presentación y por servirse en pequeñas porciones.

ESCALDAR: Sumergir o cubrir con agua hirviendo un alimento para que se pueda pelar con facilidad. También se realiza esta operación para extraer la sal a los alimentos preparados en conserva o salmuera que se hayan de utilizar inmediatamente.

ESCALFAR: Cocer en agua caliente, cuando está próxima a su punto de ebullición. Se utiliza especialmente para los huevos.

ESPUMAR: Quitar por medio de una espumadera la capa de espuma u otras impurezas que se forman en los caldos o salsas, hasta dejarlos completamente limpios.

ESTOFAR: Cocer en olla cerrada a fuego lento con agua o caldo los alimentos puestos en crudo. Los alimentos se suelen condimentar con aceite, vino, ajo, cebolla y varias especias.

F

FABADA: Plato típico de la cocina asturiana a base de fabes (judías blancas), chorizo, morcilla, lacón, hueso de jamón, laurel, ajo, cebolla, aceite de oliva y sal.

FARSA: Es el picadillo formado por masas de carnes, pescados o verduras, que sirve para rellenar. Viene de la palabra francesa "farce" que significa relleno.

FIDEUA: Plato de la cocina valenciana. Es una paella, en la que se ha sustituido el arroz por fideos perla. La fideua de pescado se prepara de la siguiente manera: Se hace un sofrito de cebolla picada y tomate maduro pelado y picado, se le añaden calamares y / o sepia en trozos y un majado de ajo, perejil, pimentón y azafrán. Se añade el caldo de pescado caliente y cuando empieza a hervir se echan los fideos y el resto de pescados que tengamos (rape, langostinos...)

FILET MIGNON: Corte de carne obtenido de la punta de solomillo de vaca o de buey. Se caracteriza por tener la misma forma y presentarse igual que el tournedos.

FOCACCIA: Masa de pizza que al cocerla se le añade aceite de oliva, orégano, romero y otros ingredientes en función de la región.

FONDOS: Caldos que se utilizan en sustitución del agua en estofados, guisos, salsas, sopas, paellas, etc. Los fondos más conocidos son: de ave, blanco, de caza, oscuro, de paella y de pescado.

FREIR: Cocer los alimentos en aceite caliente a fuego moderado / alto. La mejor grasa para freír es el aceite de oliva al resistir sin descomponerse temperaturas más altas que los demás aceites. Por su elevado contenido en ácido oléico es capaz de mantener sus propiedades hasta los 185 grados centígrados.

FUMET DE PESCADO: Caldo que se prepara con agua, cebolla, puerro, apio, zanahoria, vino, hierbas aromáticas, y cabezas, espinas y despojos de pescado para añadir a diferentes preparados y salsas de pescado.

FLANERA: Molde en que se cuaja el flan.

G

GAZPACHO: Sopa fría de la cocina andaluza de la que existen múltiples variantes. Se elabora con tomates maduros, pepinos, ajos, pimientos, miga de pan mojada, agua, aceite de oliva virgen extra, vinagre y sal. Se acompaña de un picadillo de sus mismos ingredientes.

GLASEAR: Dar brillo a un alimento.

GRATINAR: Dorar en el horno distintas preparaciones. Para conseguir un buen gratinado, los platos se espolvorean con queso rallado, mantequilla y / o pan rallado. Se introducen en el horno hasta que se forma una corteza dorada en su superficie.

GUARNICION: Todo lo que se sirve para adornar un plato, ya sean hortalizas, setas, patatas, setas

GUISAR: Preparar los alimentos sometiéndoles a la acción del fuego, después de rehogarlos en una salsa o sofrito.

H

HARISSA: Salsa picante y condimento típico de Túnez. La "harissa" se obtiene de triturar pimientos rojos dulces y picantes con ajos prensados, cilantro y comino. La pasta resultante se cubre con aceite de oliva y se deja reposar 12 horas antes de servir. Se presenta en forma de pasta de color rojo y sabor picante.

HERVIR: Se dice de un líquido, especialmente el agua, cuando alcanza los 100° C

HIERBAS AROMATICAS: Son las hierbas, tales como albahaca, eneldo, estragón, hinojo, menta, orégano, perejil, salvia, tomillo, etc., que sirven para realzar el sabor y aroma de los platos.

M

MECHAR: Introducir mechas de tocino, jamón, etc.; en carnes, pescados, aves, etc. con ayuda de una aguja especial de acero. También es atravesar las piezas de lado a lado con tiras de tocino más o menos graso.

MIREPOIX: Voz francesa que se da al conjunto de hortalizas y finas hierbas rehogadas en manteca, mantequilla o aceite. Las hortalizas se cortan en grandes dados. También lleva recortes de tocino. Se emplea para enriquecer el sabor de un ragout, por ejemplo.

R

REDUCIR: Concentrar o espesar un jugo, un puré o una salsa, por medio de una cocción prolongada.

REHOGAR: Sazonar una carne a fuego lento, sin agua y muy tapada, para que le penetren las grasas y condimentos.

ROUX: compuesto de harina y mantequilla a iguales proporciones que se cocina, y se utiliza para espesar salsas, sopas u otros guisos.

S

SALMUERA: Solución de agua, sal común, sal de nitro y aromáticos, que se utiliza para la salazón de carnes y pescados. Con frecuencia se pone también azúcar moreno.

SALTEAR: Cocer un alimento, a fuego vivo, sin caldo, en un SATOIR, haciéndolo saltar constantemente para evitar que se pegue o tueste.

SAZONAR: Acentuar el sabor por medio de condimentos, tales como la pimienta, pimentón, la cayena, mostaza, vinagre, la sal, etc.

T

TROCEADO: Dividir en trozos

Z

ZARZUELA: Plato consistente en varias clases de pescados y marisco condimentado con una salsa.

Anexo No. 6: Portal del buscador de restaurantes de Cocina Mediterránea para España.

Fuente: Tomado de la [URL:http://www.buscorestaurantes.com](http://www.buscorestaurantes.com)

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the website www.buscorestaurantes.com. The page title is "500 restaurantes encontrados por 'Cocina mediterranea'". The website header includes the logo "BuscoRestaurantes La Guía Útil de Restaurantes" and search filters for "Qué buscas" and "Dónde" (set to "En cualquier zona"). A search button labeled "Buscar" is visible. Below the header, there is a navigation bar with "Acceso Restaurantes" and "Anúnciate Gratis". The main content area displays a list of search results. The first result is for "Mediterrànea", a restaurant in Sant Fost de Campsentelles, with a 5-star rating (25 votes) and 3 opinions. The second result is for "BARKENO, Cocina Mediterranea", a restaurant in Barcelona, with a 5-star rating (10 votes). A sidebar on the right contains an advertisement for "Home English" and a "Filtrar por provincia" dropdown menu. The browser's taskbar at the bottom shows the "Inicio" button and several open applications.

500 restaurantes encontrados por "Cocina mediterranea" - Microsoft Internet Explorer proporcionado por EHT Varadero

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos

Dirección http://www.buscorestaurantes.com/search_results.php?keywords=Cocina+mediterranea&location_id=&submit_button=Buscar&title=&description=&listing_address1= Ir Vinculos

Acceso Restaurantes Anúnciate Gratis

BuscoRestaurantes
La Guía Útil de Restaurantes

Qué buscas Dónde En cualquier zona Búsqueda Avanzada

publicidad

Estás en [Buscorestaurantes](#) - Búsqueda por "Cocina mediterranea"

500 restaurantes encontrados por "Cocina mediterranea"

Mediterrànea
Restaurante en Sant Fost de Campsentelles

El Restaurant Mediterrània està situat a Sant Fost de Campsentelles, a la mateixa Ctra. de la Roca (km. 13,5). Disposa de tres amplis salons, amb una capacitat total de 500 comensals, i és ideal per a grans convencions, com ara Casaments, Comunionis, Batejos, sopars d'empresa, etc..Amb[...]

25 votos

3 opiniones

Reservar

BARKENO, Cocina Mediterranea
Restaurante en Barcelona

10 votos

Filtrar por provincia

El título que te abrirá las puertas al mundo laboral

Home English
te lleva hasta el **First Certificate**

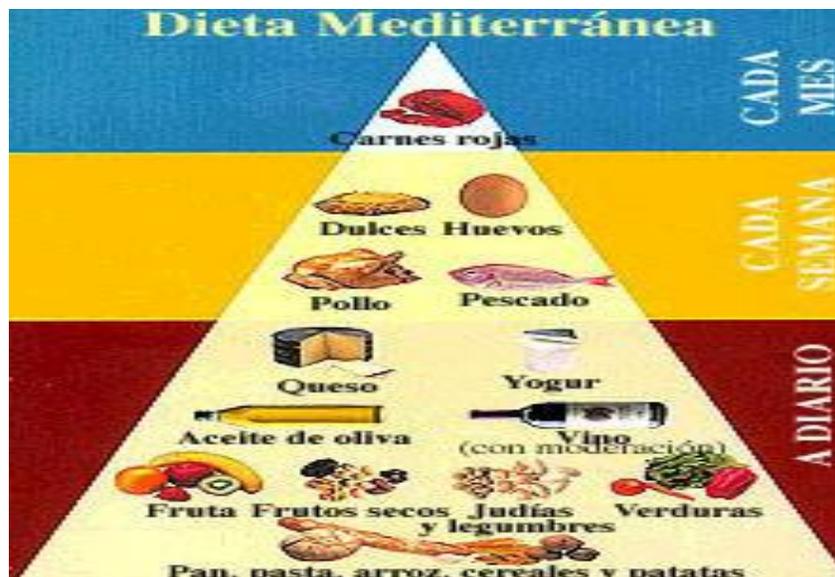
Inicio Bandeja de sal... Hosteltur Noti... 15 Internet ... Materiales de ... Imágenes Eliz... La globalizació... ES 16:40

Anexo No. 7: Las características y los nutrientes de la dieta mediterránea.

Fuente: Elaboración propia, a partir de la consulta y compilación de materiales diversos.

En la conferencia internacional sobre Dieta Mediterránea que tuvo lugar en el Royal College of Physicians de Londres en enero del 2000 se llegó a la conclusión de que la dieta mediterránea tradicional tiene efectos positivos para la salud, concretamente en la prevención de enfermedades cardiovasculares, cáncer y diabetes.

Pirámide de alimentos en la Dieta Mediterránea.



El modelo alimentario mediterráneo se puede resumir en las siguientes características:

- 1- Utilizar el aceite de oliva como principal grasa de adición.
- 2- Consumir alimentos vegetales en abundancia: frutas, verduras, legumbres y frutos secos.
- 3- El pan y los alimentos procedentes de cereales (pasta, arroz y sus productos integrales) deberían formar parte de la alimentación diaria.
- 4- Consumir diariamente productos lácteos, principalmente yogurt y quesos.
- 5- Consumir pescados azules en abundancia y huevos con moderación.
- 6- La fruta fresca habría de ser los postres habituales y, ocasionalmente dulces, pasteles y postres lácteos.
- 7- El agua es la bebida por excelencia en el Mediterráneo.

- 8- Realizar actividad física todos los días, ya que es tan importante como comer adecuadamente.
- 9- Consumir vino tinto, una copa al día es placer y salud.
- 10- Consumo de chocolate amargo y sin leche.

Consumo de Aceite de Oliva: alimento que aporta las mejores grasas en la alimentación. Es el que se obtiene del primer prensado y es el mejor para tomar en crudo.

Pescado azul: aliado del corazón.

El pescado azul o pescado graso, acumula su grasa en su tejido muscular. Los últimos avances en el campo de la investigación han demostrado que las grasas poliinsaturadas que posee mantiene a bajos niveles el colesterol sérico, previniendo las enfermedades cardiovasculares y es rico en proteínas (del 12 al 15%) son similares a la que posee la carne roja; contiene dosis apreciables de vitaminas, A, B y D, de Omega 3, 4 y 6; es rico en minerales: sobre todo fósforo, calcio, hierro, magnesio y yodo.

Ejemplo de pescado azul:

¿Cuáles son los pescados azules?

<p>Atún Carne ideal para hacer a la parrilla y en todo tipo de asados y guisos caseros. Aporta 158 calorías.</p> 	<p>Boquerón Anchoa, aladroc, sardineta, xouva, bucareu, anchua, albokartia. Rico en potasio y fósforo, aporta 96 calorías. Ideal frito, rebozado o asado. Se llama también anchoa al boquerón desangrado y en salazón.</p> 
<p>Escórpora Cabracho, escórpora, rascacio, tiñosu, kabrarroca, escacho, escarapote. Aporta 82 calorías por 100 g. El contenido en grasa de su carne es muy alto y no es recomendable para personas delicadas.</p> 	<p>Jurel Chicharro, chicharru, txitxarro, sorrel, surell, xirel, xurelo. Contienen un 6,8 % de grasas poliinsaturadas. Ideal al horno, la parrilla o la sal.</p> 
<p>Salmón Salmó, izoki. Es el rey de los ríos. De color gris plateado con manchas negras en los costados y salpicado con algunas motas de oclor rojo. De carne exquisita y muy aromática.</p> 	



Frutos secos: la energía justa para todo el día. Ricos en grasas poliinsaturadas, destaca sus propiedades anticancerígenos y protectoras del corazón. De la gran variedad de frutos secos que existe, los más conocidos son:

- **Almendras:** 350 calorías; abundantes sales minerales (sodio, potasio, magnesio y calcio); vitaminas E, A, B1 y B2; más hierro que la carne y mucho fósforo.
- **Avellanas:** muy nutritivas, más de un 16% de proteínas, un 65% de grasas y un 2% de minerales, potasio, sodio, calcio, fósforo y hierro, vitaminas A y C.
- **Castaña:** nutritiva y energética, 60% de agua, de 4 a 12% de glucosa y 10% de proteínas, sales minerales y vitaminas B y A.
- **Nueces:** más del 60 % de grasas, casi el 50% son poliinsaturadas (buenas para el corazón y el colesterol).un 15% de proteínas por 100g y un 33% de carbohidratos.
- **Piñones:** ricos en vitaminas, sobre todo del grupo B; calcio y ácido fólico. Tienen casi un 30% de proteínas y fibra vegetal.

Vino Tinto: el consumo controlado no es perjudicial para la salud. Reduce los riesgos de sufrir enfermedades coronarias, inhibiendo la coagulación sanguínea y disminuyendo la agregación plaquetaria y la formación de trombos y coágulos. Un consumo razonable (2 copas/día) de vino, reduce sobre un 70% la posibilidad de Infarto del miocardio, debido al efecto de sustancias antioxidantes presentes en el vino, tales como: los taninos, flavonoides, flavonas y el resveratrol. Otra sustancia beneficiosa es el Resveratrol, que forma parte de los pigmentos y que protege a la uva contra el ataque de los hongos. Recientemente, un grupo de investigadores de la Universidad de Harvard ha demostrado que el Resveratrol, que abunda en la piel de la uva negra, es capaz de estimular, las Sirtuinas, unas enzimas celulares que regulan el envejecimiento de todos los organismos vivos. De todos los compuestos que probaron los investigadores, el que más estimuló a la enzima fue el Resveratrol, por lo que el consumo moderado de vino tinto puede ayudar a retrasar el envejecimiento y prevenir enfermedades geriátricas como el Alzheimer.

El Chocolate: La función beneficiosa se basa fundamentalmente en la presencia de cantidades considerables de flavonoides, mejorando los niveles de antioxidantes en la sangre hasta en un 20% y reduciendo las LDL. Hay que subrayar que dicho efecto está presente de igual forma en cebollas, manzanas, judías, soja y zumos de naranja o uva, y que es mejor comer de forma extensiva (muchos alimentos distintos) que intensiva (más de lo mismo). La ventaja de frutas y verduras es que, además de flavonoides, contienen fibra, vitaminas y minerales, donde la ventaja del chocolate es su inigualable sabor (cuanto más amargo, cuanta menos leche o azúcar mejor). La **Epicatequina**, un compuesto presente en el cacao, reduce el riesgo de infarto, enfermedades coronarias, cáncer y diabetes. Este compuesto del cacao tiene tantas virtudes curativas que podría comparársele con la penicilina y la anestesia en importancia para la salud pública, según un estudio divulgado el domingo 28/10/2007 por la revista Chemistry & Industry.

Según Norman Hollenberg, profesor de la Escuela de Medicina de la Universidad de Harvard, la **Epicatequina**, compuesto usado en el brebaje de cacao natural que beben los indígenas de la etnia Kuna de Panamá. Esa sustancia también puede encontrarse en ciertos tipos de té, vino, algunas variedades de frutas y verduras. Como resultado, cuatro de las cinco enfermedades más letales como: ataques apopléjicos, paros cardíacos, cáncer y diabetes mellitus, se reducen a sólo el 10% entre los miembros de ese grupo étnico.



Anexo No. 8: Cuestionario para evaluar la percepción de los clientes sobre el estado actual de la cocina y de la restauración en el Destino.

Fuente: Elaboración propia.

Estimado cliente:

El presente cuestionario forma parte de un esfuerzo por mejorar los servicios de restauración en el Destino, de manera que sea más memorable la experiencia de los clientes al visitar los restaurantes que se hayan localizado en el.

Agradecemos su colaboración con este propósito.

Gracias nuevamente:

Los autores

1.- Indique cuál es el motivo principal de su viaje al destino Varadero.

2.- Indique qué otros motivos le animaron a viajar al destino Varadero

3.- Ha visitado el destino Varadero con anterioridad

Sí_____ No_____

4.- De existir Cuál es su restaurante preferido en el destino Varadero

5.- Por qué es ese su restaurante preferido

a.- Lo conozco de anteriores visitas_____

b.- Conozco su marca_____

c.- Me lo han recomendado_____

6.- Indique su percepción sobre la restauración en el destino Varadero a partir de su grado de acuerdo/desacuerdo con las siguientes afirmaciones, a partir de la siguiente escala

a.- La gastronomía en el Destino es de buena calidad

b.- La diversidad de los platos es buena.

c.- La atención (cortesía y profesionalidad) en los restaurantes es razonable

d.- La limpieza e higiene son razonables

e.- La presentación de los menús es razonable

f.- Los precios son razonables

g.- La promoción que se le hace a las ofertas gastronómicas es buena

h.- Están presentes marcas de reconocido prestigio

i.- El ambiente y la decoración son agradables y coherentes con la oferta

Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
-------------------------------------	--------------------------	--	-----------------------	----------------------------------

7.- En relación a los aspectos en que fija su atención al seleccionar un restaurante. A partir de la siguiente escala, indique la importancia que atribuye a

- a.- Calidad de la oferta
- b.- Variedad de la oferta
- c.- Atención (cortesía y profesionalidad) de los trabajadores
- d.- Limpieza e higiene
- e.- Presentación de los menús
- f.- Precio
- g.- Publicidad
- h.- Seguridad que ofrece una marca reconocida y de prestigio
- i.- Ambiente y decoración

No importante (1)	Poco importante (2)	Algo importante (3)	Importante (4)	Muy importante (5)
--------------------------	----------------------------	----------------------------	-----------------------	---------------------------

8.- Observas algunas prescripciones sobre la alimentación para cuidar los efectos de esta sobre tú salud.

Sí_____ No_____

9.- En relación a los siguientes aspectos de tú dieta, indique la importancia que concedes, utilizando la siguiente escala

- a.- Calidad y aporte dietético de los alimentos que consume
- b.- Balance en la alimentación (cuántas, qué comidas, cuándo)
- c.- Cantidad (tamaño de las porciones)

No importante (1)	Poco importante (2)	Algo importante (3)	Importante (4)	Muy importante (5)
--------------------------	----------------------------	----------------------------	-----------------------	---------------------------

10.- ¿Qué es lo que busca en las ofertas gastronómicas, cuando viaja?

11.- Estarían dispuestos a realizar un viaje turístico, siendo la gastronomía motivo principal o secundario del desplazamiento.

Sí_____ No_____

12.- *¿Cuáles son los destinos que usted asocia de inmediato a la gastronomía y al turismo gastronómico?*

1, _____

2, _____

3, _____

Datos de clasificación

1,- Nacionalidad: _____

2,- Sexo M _____ F _____

3,- Frecuencia con la que habitualmente asiste usted a un restaurante en su lugar de residencia. Indique:

a) Todos los días _____

b) 1 ó 2 veces a la semana _____

c) Una vez cada 15 días _____

d) Una vez al mes _____

e) Otra mayor _____

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo No. 9: Guía para la observación en restaurantes seleccionados de la Sucursal Palmares Matanzas.

Fuente: Elaboración propia.

Escenarios en que transcurre la observación: preparación, prestación y seguimiento del servicio en restaurantes seleccionados de la Sucursal Palmares Matanzas

Aspectos a observar:

Indicadores y escalas:

1. En la oferta de platos está identificada la región de procedencia.

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

2. Es coherente la oferta y la identificación de la región de procedencia con la tematización del restaurante.

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

3. Hay conocimientos en el personal sobre la cultura culinaria de la región de procedencia de los platos que se ofertan.

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

4. Hay conciencia en el personal sobre las exigencias nutricionales de los clientes.

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

5. Hay conciencia en el personal sobre la necesidad de producir cambios en la oferta, experiencia de servicio, manera de gestionar el restaurante, etc.

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

6. Hay conocimientos en el personal sobre alternativas coherentes para gestionar los cambios necesarios, a partir de un plan, modelo, etc.

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

7. Hay aseguramiento de recursos para la óptima elaboración de los platos que se ofertan.

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

8. Hay asimilación en los trabajadores de un modo de hacer (tecnología) coherente con la oferta y con las tendencias actuales de la cocina

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

9. Hay un entorno apropiado a la oferta de la instalación,

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

10. Hay un diseño de la experiencia de visita del cliente a la instalación, para convertirla en memorable, a partir de los impactos sensoriales recibidos.

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

11. Hay evidencia de la coherencia de la oferta con los gustos y preferencias de los clientes que visitan la instalación.

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

12. Se evalúa participativa y satisfactoriamente la percepción del cliente sobre su experiencia de visita al restaurante

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

13. Hay participación creativa de los empleados en la gestión de la Instalación

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

14. Hay presencia de platos de la Cocina Mediterránea

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

15. Hay competencias (conocimientos, habilidades, actitudes) para asimilar y administrar eficientemente la transferencia de la Cocina Mediterránea en la instalación.

Casi siempre (4) ---- Mayoría de las veces---- (3) Algunas veces --- (2) Casi nunca (1) ----

Anexo No. 10: Guía de la entrevista en profundidad a realizar a clientes de la restauración extrahotelera del Destino. (turistas y visitantes, tanto extranjeros, como cubanos).

Fuente: Elaboración propia.

Lugar:

Entrevistado:

Cargo:

Formación:

1. Con qué frecuencia asiste usted a un restaurante en su lugar de residencia. Indique:
a) Todos los días b) 1 ó 2 veces a la semana c) Una vez cada 15 días d) Una vez al mes e) Otra
2. Preocupación por los ingredientes y la forma de preparación que contengan los alimentos que va a consumir.
3. En caso de ser afirmativa la respuesta a la pregunta anterior, ¿por qué?
4. Qué cambios le gustaría concretar en el Destino Varadero para hacer más grata la experiencia de su visita
5. Piensa usted que Varadero es un destino caro
6. Atractivos del Destino que captan más su atención
7. Cuando vive una experiencia gastronómica en el Destino: cuál su opinión sobre plato favorito, higiene y cuidado del establecimiento, relación calidad/precio, atención y profesionalidad.
8. Qué caracteriza a la Cocina Mediterránea
9. Conoce algún restaurante de su ciudad, región con comida mediterránea. ¿Cuál?
¿Lo visita? ¿Qué opinión le merece?
10. Conoce algún restaurante del Destino con comida mediterránea. ¿Cuál? ¿Lo visita?
¿Qué opinión le merece?

Nombre: _____

Edad _____

Sexo _____

Nacionalidad _____

Ha visitado el destino Varadero con anterioridad Si____ No_____

En caso de ser afirmativa la respuesta anterior, cuántas veces _____

Anexo No. 11: Guía de la entrevista en profundidad a realizar a proveedores de servicio de restauración en el destino (directivos, cocineros y gastronómicos).

Fuente: Elaboración propia.

Lugar:

Entrevistado:

Cargo:

Formación:

1. ¿Cuáles países conforman la Cuenca del Mediterráneo?
2. ¿Qué es la Cocina Mediterránea?
3. Conoce ¿cuáles son las características distintivas de la Cocina Mediterránea?
4. ¿Cuáles características puede mencionar?
5. ¿Qué platos conoce usted de la Cocina Mediterránea?
6. ¿Conoce la receta y/o procedimiento para la elaboración de dichos platos de esta cocina?
7. ¿Qué bebidas conoce usted de la Cocina Mediterránea?
8. ¿Ha recibido formación sobre la Cocina Mediterránea?
9. ¿Cuáles acciones de formación sobre Cocina Mediterránea, dónde?
10. ¿Cuánto tiempo lleva usted laborando en este establecimiento?
11. ¿Cree usted que ha evolucionado la oferta de este establecimiento?
12. ¿Cómo ha evolucionado la oferta en su establecimiento?
13. ¿Cuál es la tematización de la oferta en su establecimiento?
14. ¿Hay en la oferta de su establecimiento platos de otros temas?, ¿Cuáles?
15. ¿Cuáles sugerencias de mejora considera apropiadas para su establecimiento?

Nombre: _____

Edad _____

Sexo _____

Ocupación _____

Experiencia laboral _____

Anexo No. 12: Guía de la entrevista en profundidad a realizar a informantes claves (autoridades de reconocido prestigio en materia de restauración extrahotelera).

Fuente: Elaboración propia.

Lugar:

Entrevistado:

Cargo:

Formación:

1. ¿Cómo evalúa la actividad de restauración extrahotelera en el Destino? Fundamente.
2. ¿Qué recomendaciones daría a los establecimientos de restauración extrahotelera en el Destino?
3. ¿Cómo evalúa la presencia de en el Destino de las tendencias y las mejores prácticas que caracterizan a la restauración extrahotelera, en relación a los referentes que posee?
4. ¿Cuáles cocinas regionales están presentes/ausentes en la restauración extrahotelera del Destino?
5. ¿Cuáles factores condicionan hoy la baja presencia de la Cocina Mediterránea en el Destino?
6. ¿Cuáles factores hoy van al encuentro de la intención de incrementar la presencia de la Cocina Mediterránea en el Destino?
7. ¿Qué ventajas se recogerían si se consigue incrementar la presencia de la Cocina Mediterránea en Varadero?
8. ¿Cómo, a partir de cuáles vías acciones podría conseguirse el incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en Varadero?
9. ¿Grado de conocimiento que en materia de Cocina Mediterránea considera tienen los actores del Destino?
10. ¿Ha recibido formación sobre la Cocina Mediterránea?
11. ¿Cuáles acciones de formación sobre Cocina Mediterránea ha recibido?, ¿dónde?
12. Puntos de contacto entre la Cocina Mediterránea y la cubana
13. Características a asegurar en un proyecto de restaurante extrahotelero de Cocina Mediterránea en el Destino.

Nombre: _____

Edad _____ Sexo _____

Ocupación _____ Experiencia laboral _____

Anexo No. 13: Miembros del Grupo de Enfoque.

Fuente: Elaboración propia.

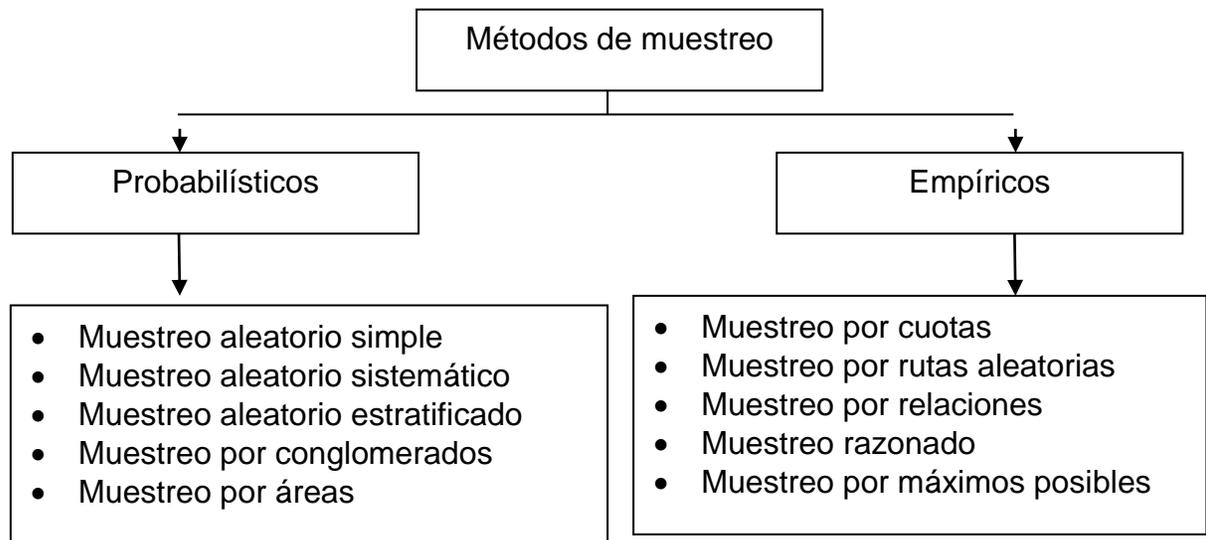
N/O	Nombre y Apellidos	Cargo	Experiencia
1	Alfredo Santamarina Linares	Jefe Departamento de Cocina. EHTV	12 años
2	Renier Ramos Suárez	Jefe Departamento de Cocina. Hotel Palma Real	10 años
3	Alberto Cortina Rodríguez	Jefe Departamento de Cocina. Hotel Villa Cuba.	26 años
4	Ivette Martell Gonzalez	Profesora de Ciencia de los Alimentos Departamento Cocina. EHTV	18 años
5	Luisa Paz Acosta	Profesora Departamento de Cocina. EHTV (jubilada)	32 años de
6	Pedro Suárez Menéndez	Jefe Departamento de Cocina "El Ranchón", UEB. Palmares. Varadero.	26 años
7	Alexander Martínez Melitina	Subjefe del Departamento de Cocina. Hotel Barceló Solymar	6 años

Anexo No 14: Listado de restaurantes que componen el universo en estudio.

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos suministrados por la Dirección de la Sucursal Palmares Matanzas

1	Restaurante Pizza Caribe	22	Restaurante El Retiro
2	Restaurante Kikis Club	23	Restaurante Xanadú
3	Restaurante Castell Nuovo	24	Restaurante Chez Plaza
4	Restaurante El Arrecife	25	Restaurante Antigüedades
5	Restaurante El Criollo	26	Restaurante Mallorca
6	Restaurante El Toro	27	Restaurante Snack Bar Calle 13
7	Restaurante Guamairé	28	Restaurante Snack Bar Calle 62
8	Restaurante Esquina Cuba	29	Restaurante Bar Benny
9	Restaurante La Vicaría	30	Restaurante FM-17
10	Restaurante Bodegón Criollo	31	Restaurante Caimán
11	Restaurante Bodegoncito	32	Restaurante FM-23
12	Restaurante Dante	33	Restaurante FM-27
13	Restaurante La Campana	34	Restaurante La Taberna
14	Restaurante Barracuda	35	Restaurante 440
15	Restaurante Albacora	36	Restaurante Fuente Soda
16	Restaurante Casa del Queso	37	Restaurante Club Playa
17	Restaurante Guantanamera	38	Restaurante Kastillito
18	Restaurante Pizza Nova	39	Restaurante Cafetería Todo en Familia
19	Restaurante Barbacoa	40	Restaurante Cafetería Esquina Cuba
20	Restaurante Mesón del Quijote	41	Restaurante La Sangría
21	Restaurante El Ranchón		

Anexo No. 15: Métodos de muestreo.



Anexo No. 16: Listado de Restaurantes que componen la muestra.

Fuente: Elaboración propia, a partir de la aplicación del método de muestreo empírico razonado.

- 1.- Restaurante Kikis Club
- 2.- Restaurante Castell Nuovo
- 3.- Restaurante El Arrecife
- 4.- Restaurante El Criollo
- 5.- Restaurante Esquina Cuba
- 6.- Restaurante La Vicaría
- 7.- Restaurante Bodegón Criollo
- 8.- Restaurante Dante
- 9.- Restaurante La Campana
- 10.- Restaurante Barracuda
- 11.- Restaurante Albacora
- 12.- Restaurante Casa del Queso
- 13.- Restaurante Guantanamera
- 14.- Restaurante Pizza Nova
- 15.- Restaurante Barbacoa
- 16.- Restaurante Mesón del Quijote
- 17.- Restaurante El Retiro
- 18.- Restaurante Xanadú
- 19.- Restaurante Chez Plaza
- 20.- Restaurante Antigüedades
- 21.- Restaurante Mallorca

Anexo No. 17: Características de la distribución espacial de los restaurantes extrahoteleros que componen el universo.

Fuente: Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab v 14 de datos del ejercicio cierre de 2008, suministrados por la Dirección Comercial de la Sucursal Palmares Matanzas.

N/O	Sector en el Plan de Desarrollo de Varadero	Inst. Restauración Extrahotelera		Inst. Hoteleras		Cuota Número Habitaciones		Cuota Ingresos		Cuota Utilidades	
		No.	%	No.	%	No.	%	MCUC	%	MCUC	%
1	Oasis	1	2.4	1	2.08	147	0.89	850	0.20	78	0.05
2	Kawama-Bellamar	8	19.5	5	10.42	1588	9.66	23875	5.64	7919	5.32
3	Varadero Histórico	26	63.4	10	20.83	1592	9.69	12572	2.97	3925	2.64
4	Internacional	1	2.4	8	16.66	3212	19.45	70061	16.56	22198	14.92
5	Las Américas	5	12.2	7	14.59	2344	14.26	73671	17.41	25030	16.82
6	Los Taínos	0	0.0	9	18.75	3343	20.34	79762	18.85	59787	40.17
7	Hicacos	0	0.0	8	16.66	4206	25.59	162317	38.36	29860	20.06
Total		41	100.0	48	100.0	16432	100.0	423108	100.0	148799	100.0

Anexo No. 18: Encuesta a aplicar a clientes de la restauración extrahotelera en Varadero.

Estimado cliente:

La presente encuesta contribuye a un estudio en realización sobre la restauración extrahotelera en el destino Varadero, e intenta conocer sus preferencias, conocimientos y hábitos para mejorar la oferta.

Agradecemos sinceramente su colaboración

Los autores

Instrucciones: Elegir la respuesta que usted crea conveniente según su criterio.

1. ¿Con qué frecuencia asiste usted a un restaurante?
 - a) Todos los días
 - b) 1 ó 2 veces a la semana
 - c) Una vez cada 15 días
 - d) Una vez al mes
 - e) Otro
2. ¿Usted se preocupa por los ingredientes y la forma de preparación que contengan los alimentos que va a consumir?

SI_____ NO_____
3. ¿Qué es lo que usted cree que define a la cocina fusión?
 - a) No sé que la define
 - b) Mezcla de diferentes culturas en la cocina
 - c) Mezcla de sabores e ingredientes
 - d) Variedad en la sazón
 - e) Alta calidad de los alimentos
 - f) ¿Conoce algún restaurante de su ciudad, región con este tipo de comida?
¿Cuál?_____
 - g) ¿Conoce algún restaurante de Varadero con este tipo de comida?
¿Cuál?_____
4. ¿Qué es lo que usted cree que define a la comida Fast Food (comida rápida)?
 - a) No sé que la define
 - b) Menú limitado, barato y poco nutritivo
 - c) Comida pre-cocinada que requiere una mínima preparación
 - d) Rápida preparación y servicio rápido
 - e) Comida con altos niveles de calorías, grasas y harinas
 - f) ¿Conoce algún restaurante de su ciudad, región con este tipo de comida?

¿Cuál? _____

g) ¿Conoce algún restaurante de Varadero con este tipo de comida?

¿Cuál? _____

5. ¿Qué es lo que usted cree que define a la comida Slow Food?

a) No sé que la define

b) Se necesita tiempo para disfrutarla

c) Defiende los alimentos tradicionales y sus métodos de elaboración

d) Fomenta el aprecio por el placer y la calidad en la vida cotidiana

e) Tendencia hacia un ritmo de vida más tranquilo y relajado

f) ¿Conoce algún restaurante de su ciudad, región con este tipo de comida?

¿Cuál? _____

g) ¿Conoce algún restaurante de Varadero con este tipo de comida?

¿Cuál? _____

6. ¿Qué es lo que usted cree que define la cocina Étnica?

a) No sé que la define

b) Cocina de un grupo de personas que comparten una herencia cultural

c) Cocina de un país en específico, reconocida a nivel mundial

d) Modificación de recetas originales para adaptarlas al lugar donde se preparan.

e) ¿Conoce algún restaurante de su ciudad, región con este tipo de comida?

¿Cuál? _____

f) ¿Conoce algún restaurante de Varadero con este tipo de comida?

¿Cuál? _____

7. ¿Qué es lo que usted cree que caracteriza la cocina Regional?

a) No sé que la caracteriza

b) Conjunto de recetas basadas en los ingredientes locales, tradiciones y prácticas

c) Los platillos típicos de cada región

d) Son variaciones de cada cocina las cuales se unen para crear una cocina nacional

e) Cocina influenciada por los tipos de ingredientes disponibles en la localidad

f) ¿Conoce algún restaurante de su ciudad, región con este tipo de comida?

¿Cuál? _____

g) ¿Conoce algún restaurante de Varadero con este tipo de comida?

¿Cuál? _____

8. ¿Qué es lo que usted cree que caracteriza la cocina de Deconstrucción?
- a) No sé que la caracteriza
 - b) Desarmar cualquier platillo y armarlo de manera distinta
 - c) Se aplica al plato texturas, temperaturas y formas distintas a la de su versión
 - d) Modificar el aspecto, textura y combinación de los alimentos
 - e) Hace participar a todos los sentidos en el placer gastronómico
 - f) ¿Conoce algún restaurante de su ciudad, región con este tipo de comida?
¿Cuál?_____
 - g) ¿Conoce algún restaurante de Varadero con este tipo de comida?
¿Cuál?_____
9. ¿Qué es lo que usted cree que caracteriza la cocina Light?
- a) No sé que la caracteriza
 - b) Tendencia hacia la preocupación por la salud y la apariencia física
 - c) Reducción del valor energético al menos de un 30% que lo normal
 - d) Comida que elimina aquello que tiende a perjudicar la salud si se come en exceso
 - e) Comida baja en grasas y calorías
 - f) ¿Conoce algún restaurante de su ciudad, región con este tipo de comida?
¿Cuál?_____
 - g) ¿Conoce algún restaurante de Varadero con este tipo de comida?
¿Cuál?_____
10. ¿Qué es lo que usted cree que caracteriza la Cocina Mediterránea?
- a) No sé que la caracteriza
 - b) Hábitos alimentarios de los habitantes de las regiones mediterráneas
 - c) Cocina muy saludable
 - d) Uso de aceite de oliva como principal ingrediente
 - e) Utilización de productos frescos, locales y de temporada
 - f) Consumo de pescado fresco, vegetales frescos y bajo consumo de grasas
 - g) ¿Conoce algún restaurante de su ciudad, región con este tipo de comida?
¿Cuál?_____
 - h) ¿Conoce algún restaurante de Varadero con este tipo de comida?
¿Cuál?_____

Edad ____ Sexo ____ Nacionalidad _____

Ha visitado el destino Varadero con anterioridad Si____ No____

En caso de ser afirmativa la respuesta anterior, cuántas veces _____

Anexo No. 19: Datos para la caracterización Sociodemográfica del Universo de administradores de restaurantes de la Sucursal Palmares Matanzas en ejercicio de ese cargo.

Fuente: Elaboración propia.

Sujeto	Rest	Raza	Edad	Sexo	Nivel Esc.	Perfil Formación	Exp el Sector de los Servicios	Exp en la restauración	Exp en el Grupo Palmares	Exp en la instalación	Residencia	Afiliación política	Experiencia en Dirección
1	1	Blanca	49	M	Univ	Ing. Químico	4	3	3	3	CARDENAS	Sí	Más de 10
2	2	Blanca	36	M	Univ	Ing. Industrial	1	1	1	1	MATANZAS	Sí	De 2 a 5
3	3	Blanca	35	M	12 grado	Bachiller	3	2	3	3	CARDENAS	Sí	De 6 a 10
4	4	Blanca	45	M	12 grado	Bachiller	3	1	3	3	CARDENAS	Sí	Más de 10
5	5	Mestiza	33	F	Univ	Ing. Industrial	10	5	3	3	MATANZAS	Sí	De 4 a 5
6	6	Blanca	47	M	12 grado	Economía	13	3	3	3	CARDENAS	Sí	Ninguna
7	7	Blanca	40	M	12 grado	Bachiller	12	0	3	3	CARDENAS	No	Ninguna
8	8	Blanca	39	M	Univ	Lic. Economía	16	1	1	1	CARDENAS	No	De 2 a 5
9	9	Blanca	44	M	Univ	Otras	15	3	3	3	CARDENAS	No	De 6 a 10
10	10	Blanca	62	M	Univ	Otras	6	3	3	3	MATANZAS	Sí	Más de 10
11	11	Blanca	50	M	12 grado	Bachiller	23	3	3	3	MATANZAS	No	De 6 a 10
12	12	Blanca	44	F	Univ	Ingeniero Industrial	15	5	3	3	CARDENAS	Sí	Ninguna
13	13	Blanca	41	M	Univ	Lic. Pedagogía	10	0	1	1	CARDENAS	Sí	De 4 a 5
14	14	Blanca	44	M	Univ	Lic. Pedagogía	6	3	3	3	MATANZAS	Sí	De 2 a 5
15	15	Blanca	49	M	12 grado	Bachiller	20	2	3	3	CARDENAS	Sí	De 6 a 10
16	16	Blanca	33	F	Univ	Otras	10	3	3	3	MATANZAS	Sí	De 6 a 10
17	17	Blanca	37	M	12 grado	Economía	12	0	0	0	JAGUEY GR	Sí	Más de 10
18	18	Blanca	40	M	Univ	Lic. Pedagogía	16	0	0	0	CARDENAS	Sí	Más de 10
19	19	Blanca	40	M	12 grado	Gastronomía	16	3	3	3	CARDENAS	Sí	Más de 10
20	20	Blanca	44	M	12 grado	Bachiller	17	3	3	3	VARADERO	No	De 6 a 10
21	21	Blanca	60	M	12 grado	Técnicas	16	3	3	3	CARDENAS	No	Más de 10
22	22	Mestiza	43	M	Univ	Lic. Pedagogía	17	3	3	3	MATANZAS	No	De 6 a 10
23	23	Blanca	49	M	Univ	Ing. Mecánico	16	3	3	3	CARDENAS	No	Más de 10
24	24	Blanca	31	M	Univ	Ing. Químico	9	3	3	3	MATANZAS	Sí	De 2 a 5

Anexo No. 20: Generalidades sobre los Gráficos de tipo Caja y Bigotes.

Los gráficos de cajas y bigotes tienen como objetivo comparar el valor central y la dispersión de una variable, medida a un grupo o varios grupos. Se pueden construir a partir de distintos estadígrafos de posición y de variabilidad; su forma más típica es la de cuartiles. El primer cuartil (Q_1) de un conjunto de datos es un valor tal que el 25% de los datos del conjunto son menores o iguales que Q_1 ; el segundo cuartil, Q_2 , se define similarmente, pero para el 50%, y coincide con la *mediana* del conjunto de datos; Q_3 es un valor tal que el 75% de los datos es menor o igual que él.

La caja se construye de modo que, el límite inferior y superior de la caja son el primer y el tercer cuartiles (Q_1 y Q_3) del conjunto de datos, por lo que dentro de los límites de la caja está el 50% de los datos que se ubican más cercanos a la mediana. A su vez la mediana, o segundo cuartil, está representada por la línea en medio de la caja.

Por tanto, la altura de la caja expresa variabilidad, y la línea dentro de la caja expresa promedio o valor central. Los diagramas de caja usualmente se hacen para variables de intervalo o superiores.

Las líneas que salen de la caja son los llamados bigotes. Los extremos de los bigotes representan los valores dentro de los cuales razonablemente se esperaría que se encontraran todos los datos de la muestra si no hubiera casos raros, extremos o atípicos, o sea, datos demasiado alejados del resto del grupo.

Los extremos de los bigotes se calculan mediante

$$\text{Límite inferior} = Q_1 - 1,5 (Q_3 - Q_1)$$

$$\text{Límite superior} = Q_1 + 1,5 (Q_3 - Q_1)$$

La detección de puntos alejados es muy útil si se investigan las causas de la extrema lejanía, por la información que pueden brindar sobre los factores que actúan sobre el proceso, y porque una vez realizada esa investigación, puede que se llegue a la conclusión de que ese punto no es representativo de la situación que se desea analizar, y al eliminarlo de los datos se revele mejor el comportamiento habitual de la variable.

En el análisis exploratorio de datos puede ser muy conveniente usar gráficos de caja múltiples que faciliten la comparación entre estratos, como se procede en la presente investigación al considerar como estratos al tipo de expertos. Interno y externo.

Anexo No. 21: Consolidación de los resultados de la observación.

Fuente: Elaboración propia.

Aspectos	Escalas							
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
1	0	0,00	2	13,33	6	40,00	7	46,67
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
2	0	0,00	2	13,33	6	40,00	7	46,67
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
3	0	0,00	4	26,67	8	53,33	3	20,00
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
4	6	40,00	7	46,67	2	60,00	0	40,00
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
5	9	60,00	5	33,33	1	6,67	0	0,00
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
6	3	20,00	5	33,33	4	26,67	3	20,00
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
7	0	0,00	0	0,00	10	66,67	5	33,33
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
8	0	0,00	1	6,67	9	60,00	5	33,33
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
9	7	46,67	6	40,00	2	13,33	0	0,00
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
10	0	0,00	0	0,00	4	26,67	11	73,33
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
11	0	0,00	3	20,00	9	60,00	3	20,00
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
12	2	13,33	7	46,67	5	33,33	1	6,67
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
13	0	0,00	10	66,67	5	33,33	0	0,00
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
14	10	66,67	4	26,67	1	6,67	0	0,00
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	
15	2	13,33	6	40,00	6	40,00	1	6,67
	Casi siempre (4)		Mayoría de las veces (3)		Algunas veces (2)		Casi Nunca (1)	

Anexo No. 22: Estadística descriptiva de variables del Cuestionario estratificada por nacionalidades.

Fuente: Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab v 14.

Descriptive Statistics: a,- La gastr; b,- La diver; c,- La atenc;...

Variable	Nacionalidad	Mean	SE Mean	StDev	Median
a,-La gastronómica	ALEM	3,632	0,157	0,684	4,000
	ARG	3,682	0,102	0,477	4,000
	CAN	3,2553	0,0984	0,6746	3,0000
	CHIL	4,625	0,183	0,518	5,000
	ESP	2,200	0,200	0,447	2,000
	ITAL	2,929	0,195	0,730	3,000
	MEX	3,500	0,258	1,033	3,500
	PER	3,800	0,200	0,775	4,000
b,- La diversidad	ALEM	3,053	0,143	0,621	3,000
	ARG	2,7727	0,0914	0,4289	3,0000
	CAN	3,0213	0,0937	0,6423	3,0000
	CHIL	2,625	0,183	0,518	3,000
	ESP	2,800	0,200	0,447	3,000
	ITAL	2,643	0,199	0,745	2,500
	MEX	2,688	0,120	0,479	3,000
	PER	3,333	0,126	0,488	3,000
c,- La atención	ALEM	3,895	0,105	0,459	4,000
	ARG	3,500	0,109	0,512	3,500
	CAN	4,4468	0,0903	0,6189	5,0000
	CHIL	3,750	0,164	0,463	4,000
	ESP	4,000	0,000	0,000	4,000
	ITAL	3,857	0,177	0,663	4,000
	MEX	3,875	0,202	0,806	4,000
	PER	3,933	0,153	0,594	4,000
d,- La limpieza	ALEM	3,053	0,143	0,621	3,000
	ARG	3,8636	0,0749	0,3513	4,0000
	CAN	3,3617	0,0829	0,5682	3,0000
	CHIL	3,625	0,183	0,518	4,000
	ESP	2,600	0,400	0,894	2,000
	ITAL	2,929	0,195	0,730	3,000
	MEX	4,250	0,144	0,577	4,000
	PER	3,867	0,165	0,640	4,000
e,-La presentación.	ALEM	3,053	0,162	0,705	3,000
	ARG	2,318	0,121	0,568	2,000
	CAN	2,5319	0,0796	0,5458	3,0000
	CHIL	2,875	0,125	0,354	3,000
	ESP	2,600	0,245	0,548	3,000
	ITAL	2,857	0,206	0,770	3,000
	MEX	3,063	0,143	0,574	3,000
	PER	2,800	0,107	0,414	3,000
f,- Los precios	ALEM	3,158	0,158	0,688	3,000
	ARG	3,818	0,142	0,664	4,000
	CAN	3,2766	0,0726	0,4979	3,0000
	CHIL	4,250	0,164	0,463	4,000

	ESP	3,400	0,245	0,548	3,000
	ITAL	3,929	0,195	0,730	4,000
	MEX	4,1250	0,0854	0,3416	4,0000
	PER	3,600	0,131	0,507	4,000
g,- La promoción	ALEM	3,158	0,138	0,602	3,000
	ARG	3,045	0,139	0,653	3,000
	CAN	3,0000	0,0805	0,5517	3,0000
	CHIL	2,625	0,183	0,518	3,000
	ESP	2,800	0,200	0,447	3,000
	ITAL	2,714	0,125	0,469	3,000
	MEX	2,625	0,125	0,500	3,000
	PER	2,600	0,131	0,507	3,000
h.- Están presentes	ALEM	1,737	0,104	0,452	2,000
	ARG	2,273	0,117	0,550	2,000
	CAN	1,7021	0,0674	0,4623	2,0000
	CHIL	1,875	0,125	0,354	2,000
	ESP	1,800	0,200	0,447	2,000
	ITAL	1,714	0,125	0,469	2,000
	MEX	2,375	0,155	0,619	2,000
	PER	1,9333	0,0667	0,2582	2,0000
i,- El ambiente	ALEM	2,7895	0,0961	0,4189	3,0000
	ARG	4,0455	0,0455	0,2132	4,0000
	CAN	3,5957	0,0724	0,4961	4,0000
	CHIL	4,000	0,189	0,535	4,000
	ESP	3,200	0,200	0,447	3,000
	ITAL	3,643	0,133	0,497	4,000
	MEX	4,375	0,125	0,500	4,000
	PER	4,467	0,133	0,516	4,000

Tabla: Estadística descriptiva de variables utilizadas en el Cuestionario en la dimensión: Evaluación de la restauración extrahotelera del destino.

Descriptive Statistics: a.- Calidad ; b.- Variedad; c.- Atención; ...

Variable	Nacionalidad	Mean	SE Mean	StDev	Median
a.- Calidad de l	ALEM	4,632	0,114	0,496	5,000
	ARG	4,591	0,107	0,503	5,000
	CAN	4,5319	0,0736	0,5044	5,0000
	CHIL	4,500	0,189	0,535	4,500
	ESP	4,400	0,245	0,548	4,000
	ITAL	4,714	0,125	0,469	5,000
	MEX	4,250	0,112	0,447	4,000
	PER	4,600	0,131	0,507	5,000
b.- Variedad de	ALEM	4,526	0,118	0,513	5,000
	ARG	3,591	0,126	0,590	4,000
	CAN	4,5957	0,0785	0,5381	5,0000
	CHIL	4,0000	0,000	0,0000	4,000
	ESP	4,400	0,400	0,894	5,000
	ITAL	3,214	0,114	0,426	3,000
	MEX	2,813	0,136	0,544	3,000
	PER	3,000	0,169	0,655	3,000
c.- Atención (co	ALEM	3,2105	0,0961	0,4189	3,0000
	ARG	4,0455	0,0800	0,3751	4,0000
	CAN	4,8085	0,0580	0,3977	5,0000
	CHIL	4,375	0,183	0,518	4,000

	ESP	4,400	0,245	0,548	4,000
	ITAL	4,643	0,133	0,497	5,000
	MEX	4,375	0,125	0,500	4,000
	PER	3,667	0,126	0,488	4,000
d.- Limpieza e h	ALEM	4,9474	0,0526	0,2294	5,0000
	ARG	4,182	0,107	0,501	4,000
	CAN	4,6170	0,0717	0,4914	5,0000
	CHIL	3,500	0,189	0,535	3,500
	ESP	4,600	0,245	0,548	5,000
	ITAL	4,1429	0,0971	0,3631	4,0000
	MEX	3,625	0,125	0,500	4,000
	PER	3,733	0,118	0,458	4,000
e.- Presentación	ALEM	3,158	0,206	0,898	3,000
	ARG	2,636	0,105	0,492	3,000
	CAN	2,9574	0,0858	0,5882	3,0000
	CHIL	2,625	0,183	0,518	3,000
	ESP	2,400	0,245	0,548	2,000
	ITAL	2,286	0,194	0,726	2,000
	MEX	2,438	0,182	0,727	3,000
	PER	2,8667	0,0909	0,3519	3,0000
f.- Precio	ALEM	3,579	0,139	0,607	4,000
	ARG	4,9545	0,0455	0,2132	5,0000
	CAN	3,915	0,135	0,929	4,000
	CHIL	4,750	0,164	0,463	5,000
	ESP	4,200	0,200	0,447	4,000
	ITAL	4,8571	0,0971	0,3631	5,0000
	MEX	4,813	0,101	0,403	5,000
	PER	4,8667	0,0909	0,3519	5,0000
g.- Publicidad	ALEM	3,263	0,200	0,872	4,000
	ARG	2,818	0,142	0,664	3,000
	CAN	3,149	0,101	0,691	3,000
	CHIL	3,125	0,295	0,835	3,000
	ESP	3,400	0,400	0,894	4,000
	ITAL	3,071	0,399	1,492	3,000
	MEX	3,000	0,183	0,730	3,000
	PER	2,8667	0,0909	0,3519	3,0000
h.- Seguridad qu	ALEM	4,421	0,176	0,769	5,000
	ARG	4,591	0,170	0,796	5,000
	CAN	3,872	0,116	0,797	4,000
	CHIL	4,125	0,350	0,991	4,500
	ESP	3,000	0,000	0,000	3,000
	ITAL	3,857	0,254	0,949	3,500
	MEX	4,375	0,221	0,885	5,000
	PER	3,600	0,235	0,910	3,000
i,- Ambiente y	ALEM	3,895	0,241	1,049	4,000
	ARG	3,455	0,109	0,510	3,000
	CAN	3,830	0,107	0,732	4,000
	CHIL	4,625	0,183	0,518	5,000
	ESP	4,200	0,374	0,837	4,000
	ITAL	4,571	0,137	0,514	5,000
	MEX	3,500	0,129	0,516	3,500
	PER	3,667	0,211	0,816	3,000

Tabla: Estadística descriptiva de variables utilizadas en el Cuestionario en la dimensión: Comportamiento de los clientes, como consumidores de los servicios de restauración.

Descriptive Statistics: a.- Calidad y ap; b.- Balance en l; c.- Cantidad (ta

Variable	Nacionalidad	Mean	SE Mean	StDev	Median
a.- Calidad y ap	ALEM	4,8421	0,0859	0,3746	5,0000
	ARG	4,8636	0,0749	0,3513	5,0000
	CAN	4,8511	0,0525	0,3599	5,0000
	CHIL	4,625	0,183	0,518	5,000
	ESP	4,800	0,200	0,447	5,000
	ITAL	4,643	0,133	0,497	5,000
	MEX	4,813	0,101	0,403	5,000
	PER	4,800	0,107	0,414	5,000
b.- Balance en l	ALEM	4,368	0,114	0,496	4,000
	ARG	4,500	0,109	0,512	4,500
	CAN	4,5957	0,0724	0,4961	5,0000
	CHIL	4,625	0,183	0,518	5,000
	ESP	4,600	0,245	0,548	5,000
	ITAL	4,429	0,137	0,514	4,000
	MEX	4,375	0,125	0,500	4,000
	PER	4,533	0,133	0,516	5,000
c.- Cantidad (ta	ALEM	3,211	0,211	0,918	3,000
	ARG	3,409	0,157	0,734	3,000
	CAN	3,1702	0,0765	0,5242	3,0000
	CHIL	4,625	0,183	0,518	5,000
	ESP	3,0000	0,000	0,000	3,0000
	ITAL	3,214	0,114	0,426	3,000
	MEX	3,750	0,171	0,683	4,000
	PER	4,533	0,133	0,516	5,000

Tabla: Estadística descriptiva de variables utilizadas en el Cuestionario en la dimensión: Comportamiento de los clientes, como consumidores de los servicios de restauración.

Anexo No. 23: Cálculo del coeficiente de concordancia entre evaluadores Kendall, a partir del instrumento aplicado en el Focus Group.

Fuente: Elaboración propia, a partir del procesamiento con Minitab V 14

Attribute Agreement Analysis for E1; E2; E3; E4; E5; E6; E7

Between Appraisers

Assessment Agreement

# Inspected	# Matched	Percent	95 % CI
3	0	0,00	(0,00; 63,16)

Matched: All appraisers' assessments agree with each other.

Fleiss' Kappa Statistics

Response	Kappa	SE Kappa	Z	P(vs > 0)
3	-0,105263	0,125988	-0,83550	0,7983
4	0,394231	0,125988	3,12911	0,0009
5	0,490909	0,125988	3,89647	0,0000
Overall	0,361111	0,101637	3,55295	0,0002

Kendall's Coefficient of Concordance

Coef	Chi - Sq	DF	P
0,727273	10,1818	2	0,0062

Anexo No. 24: Coeficiente Alpha de Cronbach del instrumento utilizado para evaluar la percepción de los clientes acerca de la restauración extrahotelera.

Fuente: Elaboración propia, a partir del procesamiento con el SPSS V 14.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	146	100.0
	Excluded (a)	0	.0
	Total	146	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	21

Anexo No. 25: Programa educación/capacitación en materia de Cocina Mediterránea.

Fuente: Elaboración propia.

FORMATUR

SISTEMA DE FORMACION PROFESIONAL PARA EL TURISMO.

PROGRAMA DE ESTUDIO.

Curso:	Postgrado
Profesor:	Lic. Elizabeth Manrique Rionda
Título:	Cocina Mediterránea
Modalidad	Semipresencial
Departamento	Elaboración de Alimentos
Aprobado por	Consejo Científico Asesor de la Escuela de Hotelería y Turismo de Varadero.

Dirigido a:

Personal de Cocina graduado de los diferentes niveles de la especialidad con más de 3 años de experiencia en la actividad

Fundamentación

El programa se conforma a partir de la necesidad de capacitar al personal que elabora alimentos de la Cocina Mediterránea por la oferta que presentamos en el polo turístico de Varadero, dado los beneficios probados de esta a escala internacional.

Objetivos generales

- Generar en los estudiantes “movimientos” en sus concepciones cónsonas con la perspectiva CTS, respecto a algunas de las dimensiones de la ciencia, entre las que se encuentran: “observación”, “método”, “objetividad”, “estabilidad y veracidad de los conocimientos”
- Proporcionar los conocimientos, procedimientos, actitudes y valores que permitan conectar la ciencia de los alimentos, las tecnologías de elaboración y

la Cocina Mediterránea, como fenómeno social que impacta la realidad biopsicosocial del hombre y de los espacios a los que está asociada.

- Abordar el estudio de la Cocina Mediterránea, considerando la relevancia social de este fenómeno
- Preparar para la participación activa en el incremento de la presencia de la Cocina Mediterránea en el espacio que conforma el Destino Varadero.
- Inducir al manejo de las implicaciones sociales y éticas que la “irrupción” de la Cocina Mediterránea podría generar.

Objetivos específicos

- Caracterizar los países que conforman la Cocina Mediterránea
- Fundamentar culturalmente y técnicamente la cultura culinaria de avanzada del Mediterráneo.
- Elaborar los platos más representativos de la Cocina Mediterránea
- Evaluar el valor nutricional de la dieta Mediterránea

Plan temático

N/O	Tema	Horas Lectivas	Horas No Lectivas	Total de horas	No. de créditos
1	Introducción	4	10	14	
2	Valor nutricional de los recursos alimentarios del Mediterráneo	4	10	14	
3	Generalidades de la Cocina Internacional	4	10	14	
4	Tendencias y estilos del Mediterráneo	4	10	14	
5	Cultura y tradiciones culinarias de Europa	4	10	14	

	occidental				
6	Cultura y tradiciones culinarias del sur de Europa	4	10	14	
7	Cultura y tradiciones de África del Norte	4	10	14	
	TOTAL	28	70	98	2

Requisitos de admisión:

- Ser egresado de cualquier nivel de la especialidad de cocina
- Tener 3 años de experiencia en la actividad
- Satisfacer las exigencias del diagnóstico de entrada, que incluye:
 - Entrevistas
 - Prueba de conocimientos básicos del tema.

Unidad 1: Introducción.

Sistema de conocimientos

Reseña histórica, geográfica, cultural del Mediterráneo. Características físico geográficas clima vegetación recursos naturales. Clasificación de los principales productos alimenticios. Evaluación del valor nutricional de los principales productos alimenticios

Unidad 2: Valor nutricional de los principales recursos alimentarios del mediterráneo.

Sistema de conocimientos

Clasificación de los productos. Valor nutricional de los principales productos alimentarios del Mediterráneo. Importancia de los mismos en el organismo.

Unidad 3: Generalidades de la Cocina Internacional.

Sistema de conocimientos

Métodos de cocción. Técnicas base. Principales cortes de vegetales y productos cárnicos. Generalidades de la cocina internacional.

Unidad 4: Tendencias y estilos del Mediterráneo.

Sistema de conocimientos

Nuevas tendencias de la Cocina Mediterránea. Principales platos del menú mediterráneo. Postres más representativos de la Cocina Mediterránea. Bebidas típicas de la Cocina Mediterránea

Unidad 5: Cultura y tradiciones culinarias de Europa Occidental.

Sistema de conocimientos

Tradiciones y cultura de Europa Occidental, por países. Platos representativos

Unidad 6: Cultura y tradiciones culinarias del sur de Europa.

Sistema de conocimientos

Tradiciones y cultura del sur de Europa, por países. Platos representativos

Unidad 7 Cultura y tradiciones de África del Norte.

Sistema de conocimientos

Tradiciones y cultura del norte de África, por países. Platos representativos.

Trabajo evaluativo Final

El Trabajo Evaluativo Final se orienta desde la Unidad No. 2, los requisitos para su presentación son los siguientes:

- Introducción
- Desarrollo
 - Características de la cultura culinaria del país.
 - Panorama turístico del país: emisor, receptor.
 - Platos más representativos:
 - Elaboración y Presentación
 - Ficha Técnica y de Costos
 - Comentarios y recomendaciones factibles de la oferta de su establecimiento.

- Conclusiones
- Bibliografía

El Trabajo será entregado en la fecha indicada por el profesor, impreso en un documento de no más de 10 hojas, sin incluir la hoja de portada y los anexos.

La defensa del Trabajo se hará en base al documento entregado más la presentación en acto de defensa de uno o varios de los platos a los que hace referencia el documento.

Bibliografía básica

- Gayler, P., Muñiz, D. (2005). La Cocina Mediterránea. Barcelona: Ed. Cartoné.
- Duchase, A. (2003). La Cocina Mediterránea. (5ª ED.). Barcelona: Ed. Naturart S.A.

Bibliografía complementaria

- Alimentaría, Revista de Tecnología e Higiene de los Alimentos. Publicación mensual, 2001
- Atlas geográfico Universal EVEREST. Decimotercera edición 2005.- George Philip Ron LIMITED Londres editorial EVEREST S. A Editorial Evergrafica S:l Carretera León La Coruña. Km 5. León. España
- Revista de Alimentación, Equipos y Tecnología, Cintas Izarra. Departamento de Nutrición y Bromatología. Facultad de Veterinaria. Universidad Complutense de Madrid. La necesidad de conservar los alimentos, 2006