

*El Sazón de mi Cultura*

Adriana Cruz Torres

© Derechos reservados, 2023

Propuesta de Proyecto de Conclusión presentado en el programa de Maestría en Gestión y Administración Cultural del Programa en Estudios Interdisciplinarios, Facultad de Humanidades, Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras

Comité de Proyecto de Conclusión:

Dr. Pedro Reina Pérez (mentor)

Crystal Díaz Rojas (lectora)

Aprobado el 15 enero de 2024

## **Agradecimiento**

Siempre ha existido una profunda necesidad del ser humano por indagar en sus raíces y qué mejor manera de hacerlo que a través de la gastronomía. Esta Propuesta de Proyecto de Conclusión sobre Gestión Cultural es una idea que nace de mi interés por despertar en muchas personas la misma pasión que siento por conocer cada día más de la cultura puertorriqueña. El mismo no hubiera podido ser posible de no haber encontrado personas que lo apoyaran. Por lo que agradezco inmensamente a todas esas personas que de una forma u otra colaboraron para que esta idea se convirtiera en una propuesta. No hubo consejo o idea recibida que no analizara minuciosamente para llevar a cabo esta investigación. De cada aportación surgía otra idea para seguir adentrándome en el proyecto y amando más mis raíces. De esta forma, esta propuesta resultó ser de mucho crecimiento profesional y personal para mí.

## Tabla de contenido

Capítulo 1.....	1
Sipnosis .....	1
Abstract .....	1
Introducción .....	2
Objetivos .....	4
Justificación .....	6
Impacto o efectos previstos .....	8
Antecedentes .....	9
Recursos .....	12
Capítulo 2.....	16
Revisión de Literatura .....	16
Capítulo 3.....	30
Plan de trabajo .....	30
Conclusión.....	31
Bibliografía.....	32
Anejos .....	35
Entrevista.....	36
Encuesta .....	38

## Capítulo 1

### Sinopsis

Esta Propuesta de Proyecto de Conclusión sobre Gestión Cultural titulada El Sazón de mi Cultura tiene como fin educar y divulgar la historia de Puerto Rico a través de su gastronomía. Se diseñó para despertar un interés genuino hacia la historia de Puerto Rico. Es decir, diseñado para vender una experiencia gastronómica basada en la comida puertorriqueña y su historia. Para participar el cliente debe adquirir un boleto para un taller culinario. En el mismo obtendrá una caja de productos cultivados en la Isla. De esta forma, tendrá acceso al paso a paso de la elaboración de su plato y conocerá la historia detrás de éste. Es conveniente acotar, que esta propuesta no solo beneficia a sectores como la agricultura y la pesca incentivando a la economía local, sino que a su vez apuesta al turismo gastronómico y cultural.

**Palabras claves:** propuesta, gestión cultural, historia, gastronomía, turismo gastronómico

### *Abstract*

*This Proposal Cultural Management Project entitled El Sazón de mi Cultura aims to educate and disseminate the history of Puerto Rico through its gastronomy. Designed to awake a genuine interest in the history of Puerto Rico. That is, designed to sell a gastronomic experience based on Puerto Rican food and its history. To participate the client must purchase a ticket for a culinary workshop. In it, you will get a box of products grown on the Island. In this way, you will have access to the step by step of the elaboration of your dish and you will know the history behind it. It is important to know that this proposal not only benefits sectors such as agriculture and fishing by encouraging the local economy; but also at the same time bets on gastronomic and cultural tourism.*

**Keywords:** *proposal, cultural management, history, gastronomy, gastronomic tourism*

## Introducción

De acuerdo con Osorio et al. (2021) no es tarea fácil el que las empresas se adapten a las demandas del mercado. No obstante, aseguran que es la clave para el logro de sus metas. Indican que posicionarse en un mercado gastronómico hace que el turismo se desplace hacia esa zona. Es decir, la competitividad gastronómica puede ser local o regional, esto dependiendo de las necesidades y el perfil del turista gastronómico. Cabe considerar, que dentro de la diversidad humana hay personas que buscan hacer de su experiencia culinaria un viaje al pasado además de satisfacer una necesidad básica (Duprey, 2005). Alimentos que le resultan conocidos y que les evocan memorias agradables. Sin embargo, no conocen toda su historia. Por otra parte, está el comensal que desea conocer un país siendo la gastronomía un trasmisor de historia y cultura. Sin embargo, no siempre hay quien se las cuente (Noriega & Tolosa, 2009).

Esta propuesta de emprendimiento titulado El Sazón de mi Cultura se basa en una investigación realizada luego de auscultar en distintas fuentes. Se distingue de otros proyectos porque le provee al consumidor esa información sobre la historia que desean conocer. De igual forma, la procedencia de la receta y el producto que están adquiriendo (Salazar, 2016). Recetas seleccionadas cuidadosamente porque son aquellas que se remontan a una generación de puertorriqueños que innovaron en un pasado en su cocina. Haciendo ese plato parte de una historia (Aboy & Valdejuli, 2003). Además de presentárseles en el idioma español y en inglés (Rexach, 1985). Esta receta se le otorga a la persona toda vez que participe de un taller culinario. Para el mismo debe comprar con antelación un boleto para participar del taller gastronómico. Ese día se le hará entrega de una caja de productos con los cuales confeccionará su plato. Obteniendo así la receta, su historia y un certificado de participación.

Estos talleres que involucran la gastronomía local les forja a los clientes locales y extranjeros una visión más clara del lugar del cual provienen o del cual están visitando; ya que contiene terminología gastronómica puertorriqueña (Díaz, I., 2018). Además de refranes y frases alusivas al folclor de la Isla (Fernández, 1991). Se crea para que el público en general pueda entender los elementos del lugar en el cual vive y para que el turista pueda conocer y promocionar los paisajes, los productos, la fauna y la flora, entre otros, del lugar que visita (Rivero & Brunner, 2005). Está claro que el viajero es aquella persona que se desplaza de un lugar a otro en búsqueda de vivencias únicas y sobre todo de actividades que le logren despertar sus cinco sentidos. Es decir, sintiendo que son partícipes de una comunidad que les acoge. Por otra parte, a través de esta actividad se pretende motivar también a aquellos comensales locales que les gusta aprender, preparar y por ende degustar platos criollos. Esto debido a que la alimentación y los aspectos que están relacionados con la gastronomía causan interés no solo al turista; sino también al consumidor local.

Un aspecto importante es que las técnicas de preparación y las diferentes formas en que en Puerto Rico se puede utilizar un producto para confeccionar diversas recetas hacen de nuestro país uno único. Por ejemplo; en la gastronomía boricua el plátano es el protagonista de platos como el mofongo y los tostones. Lo cual también resulta versátil al poder utilizarse en varias recetas de forma asada, frito, hervido o maduro (Gastronomía Puerto Rico Magazine, 2016). El Sazón de mi Cultura está diseñado para divulgar la historia y la cultura puertorriqueña. Brinda una experiencia de sabores de la cocina caribeña a aquellas personas que les gusta disfrutar de una aventura gastronómica cultural. Mostrando puntos en común con los alimentos de la región, pero a la misma vez resultando únicos al ser parte de la gastronomía puertorriqueña.

## Objetivos

Al momento de emprender es necesario tener una filosofía realista que impulse al logro de los objetivos. Para que una empresa sea rentable a corto y a largo plazo es importante mantener una buena imagen y buen servicio al cliente (Discover Puerto Rico, 2023).

A continuación, se presentan los objetivos a corto plazo que se persiguen mediante esta propuesta:

1. Se realizará un inventario de necesidades.
2. Se visitarán agencias gubernamentales para orientación y permisos.
3. Se creará un lema y se diseñará un logo que destaque el propósito de la empresa.
4. Se brindará una experiencia innovadora en el ámbito del turismo gastronómico.
5. Se promoverá la historia de Puerto Rico a través de la gastronomía.
6. Se ofrecerá al público local el conocimiento sobre la historia y la preparación de los platillos que consume, así como datos nutricionales y manejo de alimentos.
7. Se darán a conocer los platillos especiales confeccionados para la celebración de festividades y otros eventos de la tradición puertorriqueña.
8. Se aportará al turismo cultural a través de la historia culinaria de Puerto Rico.
9. Se presentará al público a través de su gastronomía los platillos que se tornaron trascendentales en la historia puertorriqueña a través de ciertos eventos atmosféricos y durante la pandemia.
10. Se elaborarán talleres de cocina que le proporcionen al público una experiencia gastronómica basada en la historia puertorriqueña a través de décadas.
11. Se beneficiará a los agricultores locales comprándoles los productos de temporada.
12. Se establecerán alianzas con distintas instituciones públicas y privadas.

13. Se generará notoriedad y se crearán vínculos con seguidores utilizando las redes sociales para promocionar la empresa y anunciar sus talleres.

14. Se promocionará mediante visitas a ferias agrícolas y de gastronomía.

Por consiguiente, establecer objetivos a largo plazo provee la oportunidad de mejorar eventualmente a través del tiempo. Para alcanzar grandes logros se requiere llevar una planificación anticipada. Además de que ayuda en la toma de decisiones. Se ambicionará a largo plazo el alcance de los siguientes objetivos:

1. Se aumentará la productividad de las ventas y el ofrecimiento gastronómico.
2. Se maximizarán las ganancias, la rentabilidad, y la sostenibilidad de la empresa.
3. Se pretenderá convertir el negocio en una empresa competitiva para el mercado local.
4. Se aplicarán estrategias aprendidas para servir como enlace ante unas necesidades en el turismo local.
5. Se aspirará a aumentar la clientela y expandir la oferta gastronómica.
6. Se innovará y se crearán cambios en la forma de ofrecer los talleres.
7. Se vislumbrará renovar la marca de la empresa.
8. Se contratará personal nuevo capacitado para la empresa.
9. Se aspirará a aumentar el número de alianzas.
10. Se evaluarán anualmente los alcances del negocio.
11. Se aspirará en las redes sociales a alcanzar una cantidad mayor de 100,000 seguidores.
12. Se buscará potenciar la imagen de la empresa mediante vínculos entre los clientes y los productos.
13. Se innovará en programas de computadora más avanzados.

## Justificación

La historia como disciplina estudia la identidad de un pueblo y la gastronomía ofrece en este contexto la oportunidad de aprender de la historia (Gastronomía Puerto Rico Magazine, 2016). Mediante esta Propuesta de Proyecto de Conclusión se pretende divulgar la historia de Puerto Rico teniendo como eje central la gastronomía puertorriqueña. En la actualidad el renglón de la alimentación no ha dejado de crecer, moviéndose hacia un estilo de vida saludable y nutritivo (Ramírez, 2022). Basta con entrar a las redes y leer la cantidad de recetas relacionadas con distintos estilos de vida. Por otra parte, el cambio de hábitos alimenticios no exime de degustar un plato que sea saludable y criollo a la vez. Para el año 2020, durante la pandemia, el Departamento de Agricultura Federal aprobó \$107 millones para una propuesta con el propósito de comprar alimentos frescos a personas de bajos recursos. Esto generó nuevos empleos a empresas locales (Telemundo PR, 2020). Además de que esta iniciativa brindó la oportunidad de que otros empresarios ofrecieran sus productos a otros consumidores de distintos niveles socio económico. De acuerdo con Díaz (2022), un estudio reveló que el 77% del consumo de productos y servicios en el que incurrieron los puertorriqueños durante el año 2022 eran hechos en Puerto Rico. Lo que refleja un alto interés en apoyar el producto local.

Siguiendo con este orden de ideas, en cuanto a la empresa se refiere es apremiante velar por horarios asertivos, horas pico en donde se generan mayores ventas y si existe algún competidor directo (Blank & Dorf, 2013). Igualmente, que el establecimiento sea uno que cumpla con todos los permisos requeridas por el estado. Incluyendo licencias para el manejo de alimentos. Por otra parte, promocionar el negocio, crear alianzas y obtener el capital para emprender requiere de visitar a agencias de gobierno y a empresas privadas. Es necesario llevar a cabo una agenda con fechas de citas de visita y de aquellas provistas por estos lugares. Crear

un logo que resulte original y atractivo a la posible clientela resulta oneroso de contratar a un diseñador. No obstante, programas como Canva, proveen la posibilidad de crear el propio logo. Resulta de gran ayuda realizar una encuesta a una muestra de personas para indagar sobre cuán viable resulta realizar este proyecto. Así como buscar información a través de literatura relacionada con la gastronomía boricua (Benet, 2012). También solicitar asesoría sobre cómo realizar un buen plan de trabajo. El valor añadido de un taller educativo y enriquecedor le proporcionará al turista atesorar más memorias del lugar y al puertorriqueño conocer más de sus raíces (Estades, 2014). Un comensal local o de visita en la Isla no solo podrá confeccionar y degustar un plato; sino que a su vez descubrirá la historia detrás del mismo (Gastronomía Puerto Rico Magazine, 2016).

Sin duda alguna, esta propuesta cultural es un motivo para una buena conversación que lleva además a socializar; ya que los platillos tienen ingredientes de la región que identifican a los puertorriqueños. La misma conduce a familiarizarse con técnicas culinarias, datos nutricionales y manejo de alimentos. Cabe señalar, que las empresas culturales promueven además el arte y la creatividad resultando vitales para la sociedad. En resumidas cuentas, si cada empresa lograra incorporar algo de historia a sus productos o servicios aportaría más a su país o a su zona. Esto porque siempre hay algo que nos hace únicos. La cultura gastronómica de cada región es tan distinta como sus tradiciones. Como dato relevante se puede tomar como ejemplo Vietnam. País con la mayor cantidad de conflictos bélicos durante el siglo XX. Sin embargo, uno de sus mayores atractivos en la gastronomía es la comida criolla, especializándose en ocasiones en un solo plato. Se distingue por alimentos de alto valor nutritivo además de sus exquisitos sabores. Vietnam logró reconstruir gran parte de su economía gracias a la gestión cultural que realizó, siendo punta de lanza el turismo gastronómico (Pedrosa & Noce, 2019).

### **Impacto o efectos previstos**

A corto plazo se espera:

1. Promover el turismo gastronómico.
2. Motivar al desarrollo de otros proyectos de emprendimiento.
3. Aportar a profundizar en proyectos relacionados a la historia de la gastronomía.
4. Ofrecer un buen servicio y experiencia al cliente.
5. Colaborar en la interacción social entre el turista y el público local.
6. Involucrar al público en gran parte de los talleres presentados.
7. Brindar a muchas personas la oportunidad de consumir alimentos de temporada.
8. Dar a conocer al turista gastronómico productos y servicios locales.
9. Forjar alianzas con asociaciones comerciales, turísticas y agencias gubernamentales.

A largo plazo se espera:

1. Motivar al turista a regresar y a patrocinar el servicio.
2. Fortalecer la economía del país y beneficiar la producción agrícola local.
3. Diversificar oficios tradicionales relacionados con la producción y a la elaboración de los productos que se degustan.
4. Ofrecer productos de calidad y excelente atención al cliente que colaborará a posicionar la empresa en el turismo gastronómico.
5. Aumentar la productividad, así como la eficiencia además de reducir los costos.
6. Evolucionar de acuerdo a las tendencias en la tecnología y a las exigencias del cliente.
7. Evaluar e identificar los factores de riesgo.
8. Realizar los cambios pertinentes.
9. Diversificar el producto y mejorar el embalaje

## Antecedentes

Durante la pandemia del año 2020, hubo la necesidad de reinventar la forma de llegar a los mercados para la adquisición de productos comestibles. Es ahí donde prolifera la venta de alimentos empacados en cajas. Una inspiración para esta propuesta de emprendimiento resultó ser el supermercado virtual PRroduce. Físicamente están ubicados en Carolina, Puerto Rico. Es una empresa netamente puertorriqueña cuyo lema es: “La mayor variedad de productos locales entregados a tu puerta” (PRroduce, s. f., párr. 1). La misma contiene una página digital en la cual el consumidor selecciona aquellos productos locales que desea recibir de forma semanal o bisemanal. Entre los cuales se ofrecen carnes y pescados, aperitivos, bebidas, panes y frutas, entre otros. Además, de lo innovador que resulta que ofrezcan artículos de jardinería y alimento para mascotas. Su página especifica qué productos pueden ser preparados de forma inmediata y clasifica aquellos que resultan ser dietéticos. Incluye también una suscripción a la misma (PRroduce, 2022). No obstante, para realizar este proyecto de conclusión pude visitar en Río Grande una de las oficinas de la Administración para el Desarrollo de Empresas Agropecuarias del Departamento de Agricultura. En donde una de sus funciones es empacar frutas y vegetales del país en cajas para distribuir a los comedores escolares. Además, manejan una propuesta para preparar cajas de alimentos que son repartidas a las comunidades a través de organizaciones sin fines de lucro. Pude observar camiones que son nevera y la forma de almacenar y empacar los productos. Resultando una experiencia educativa enriquecedora.

Ahora bien, otra distribuidora de productos locales que llamó mi atención es la empresa Caribbean Exchange, Inc. Esta con sede en Cataño, Puerto Rico y con más de 60 años en el mercado. Un 50% de sus productos son frescos. La misma ofrece más de mil (1,000) marcas de productos de frutas y vegetales. Sus servicios incluyen productos locales tanto frescos como

procesados. Al igual que PRroduce, ésta mantiene contacto con seguidores a través de Instagram y de Facebook. Caribbean Exchanges, Inc. ha estado haciendo entrega de cajas tanto individuales como para familias de cuatro (4) integrantes. Esto como parte de una asignación que le hiciera el Departamento de Agricultura Federal (Caribbean Exchanges, Inc, 2022). Por otra parte, Estados Unidos es un país multicultural cuya gastronomía se ha nutrido de sus inmigrantes. En la actualidad se caracteriza por un estilo de vida de comida rápida, aunque conserva la comida tradicional como las carnes provenientes del ganado. Amazon Fresco ofrece una buena opción para su localidad, distinguiéndose por tener productos integrales. A lo que a su vez hace entrega en una hora; ya que está ubicado en 2,000 ciudades de los Estados Unidos, lo que facilita llegar a más personas (López, 2020).

En cuanto a la región de Europa, en Alemania cada vez son más las personas que se inclinan por las compras de alimento en línea. Existen muchas opciones para adquirir alimentos frescos. REWE es una de las principales empresas europeas que se destaca en la venta al por menor de alimentos locales. A parte de ser una las primeras en entregar productos frescos a través de su tienda en línea. Esta empresa logró posicionarse mediante sucursales por toda Alemania. Cuenta con puntos de recogido, así como la entrega a la puerta del hogar. Para el año 2011 esta empresa comenzó su servicio de entrega como una prueba y fue expandiendo sus ubicaciones por toda Alemania, ya que resultó exitosa (Habib, 2023).

En relación con este tema, mientras me encontraba realizando estudios universitarios a nivel de Bachillerato en Cultura Turística estuve laborando con la empresa Flavors of San Juan Tours. Compañía que patrocina el turismo gastronómico en el Viejo San Juan. Brindando al turista local y del extranjero una experiencia basada en la cocina puertorriqueña a través de un recorrido histórico. Con la compra de un boleto Flavors of San Juan Tours provee de un

recorrido por espacio de dos horas a través del Viejo San Juan. Esta ruta gastronómica es estructurada y de grupos pequeños. Contribuyendo a difundir la cultura local, así como el desarrollo económico del Viejo San Juan. Esto debido a que además durante el recorrido se realizan paradas en los comercios de la zona para que el turista pueda realizar sus compras. Como parte de mis funciones según el idioma del cliente debía brindar un discurso coherente y bien articulado tanto en inglés como en español. Éste debía constar de la historia y leyendas de la ciudad amurallada. Por otro lado, el recorrido incluye llevar al turista a visitar un restaurante de la zona que le permite ser partícipe de la confección de un platillo criollo. Por ejemplo; el Restaurante Casa Luna le ofrece al comensal la oportunidad de confeccionar su mofongo. Además de llevarlo a visitar coctelerías, a degustar de un buen café y a explorar áreas históricas de interés como El Morro y la Calle del Cristo, entre otros.

Las fusiones en la gastronomía llegan a los pueblos a través de las migraciones entre las regiones. Así mismo, este proyecto el cual titulé El Sazón de mi Cultura nace como una fusión de la entrega de productos locales como las empresas antes mencionadas y de la experiencia laboral de ver al turista confeccionar su platillo. Si bien es cierto que los mercados persiguen una manera novedosa de atraer al turista mediante productos locales; no es menos cierto que carecen de una información sobre los mismos o una historia para compartir en la sobre mesa. De esta forma, nace esta propuesta que no sólo se trata de confeccionar un plato de comida, sino que además se incluye su historia. Este concepto gastronómico trae experiencias estacionales. No obstante, aunque en Puerto Rico no son tan marcadas las estaciones del año, si se cuenta con productos agrícolas que se cosechan o predominan en ciertas épocas. Por otro lado, el hecho de que cada época del año nos transporta a una tradición nos remonta a la historia. La gastronomía nos representa y esa diversidad ante el mundo nos hace únicos.

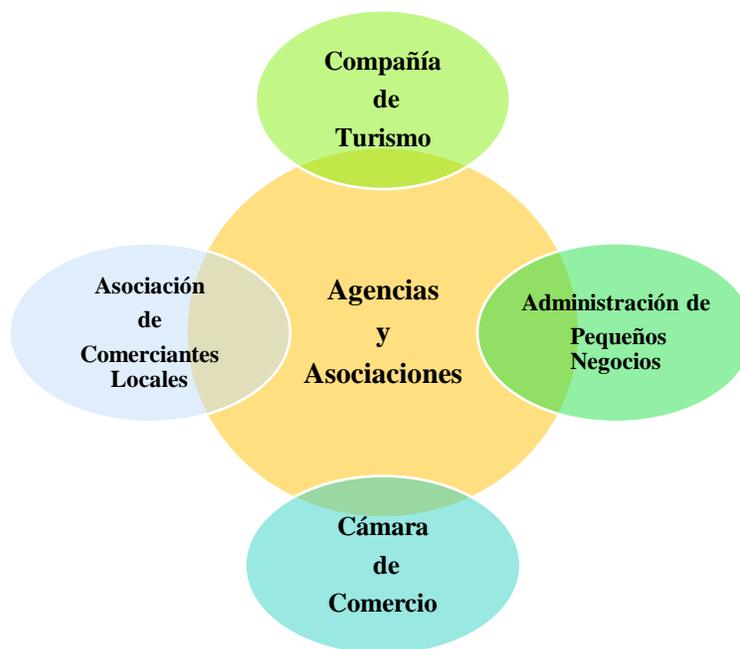
## Recursos

Para poder alcanzar las metas de esta Propuesta de Proyecto de Conclusión es imperativo determinar cuáles son los recursos: humanos, tangibles e intangible necesarios que garanticen el logro de los objetivos a corto y a largo plazo. Resulta apremiante contabilizar por renglones el presupuesto requerido para suplir las necesidades que harán realidad el mismo. Es importante captar la atención del cliente desde sus inicios para lograr fidelizarlo con la empresa; ya que la publicidad que estos den a la misma asegura la participación de otros clientes. Por otra parte, para mostrar una buena imagen de la empresa se debe preparar un buen andamiaje para su promoción. Esto implica recursos tecnológicos y otro tipo de material audiovisual que llame la atención de los potenciales clientes.

Contar con agencias destinadas al desarrollo de proyectos desde un inicio provee los primeros escalones para el logro de las metas. La Compañía de Turismo tiene como misión facilitar el que Puerto Rico se convierta en un destino turístico entre sus residentes y visitantes. De esta forma comercializa y patrocina sus actividades. Por otro lado, la Cámara de Comercio tiene entre sus deberes proteger los intereses de los comercios de la región a la cual pertenecen. De manera tal, que se logra mejorar la economía y reforzar la cultura de la zona. Otro recurso relevante lo es la Asociación de Comerciantes Locales. Esta organización colabora con la imagen pública que tienen las empresas que les agrupa. Actúa como una sola voz que cabildea de ser necesario en aquellos asuntos relacionados con la legislación. Incluso puede ser capaz de fungir como foro para educar a la gente sobre una industria en particular y los productos que esta provee. Por último, la Administración de Pequeños Negocios (Small Business Administration), es una agencia del gobierno federal que ofrece asesoría empresarial y financiamiento a las pequeñas empresas.

**Figura 1**

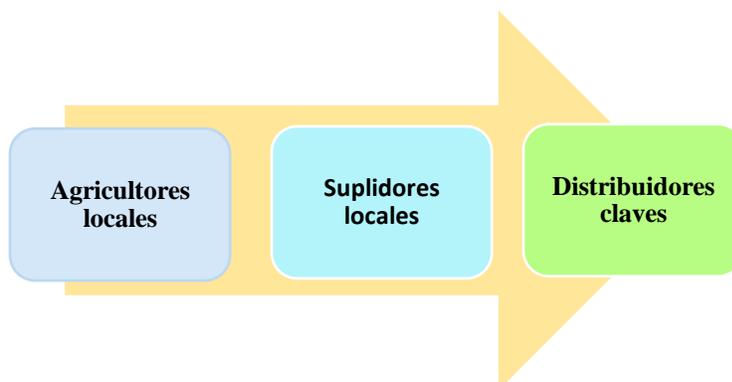
Agencias y asociaciones



En cuanto a los suplidores que proveerán servicio a esta empresa están los agricultores locales. Brindar alimentos locales beneficia grandemente a la industria local. Los productos del patio poseen mayor frescura y calidad. Conservando su valor nutricional; ya que son cosechados en su punto de maduración. Por otra parte, el producto importado conlleva un proceso más extenso desde su cosecha hasta su entrega provocando incluso que pueda llegar descompuesto. Un segundo recurso en este renglón son los suplidores locales de otros productos. Obtener productos locales tales como envasados ofrece variedad y garantiza que estén disponibles y a tiempo en la empresa. También aminoran el costo al no ser importados; proveyendo un ahorro en cuanto al transporte mediante intermediarios. Por otra parte, los distribuidores claves harán llegar el producto al cliente.

**Figura 2**

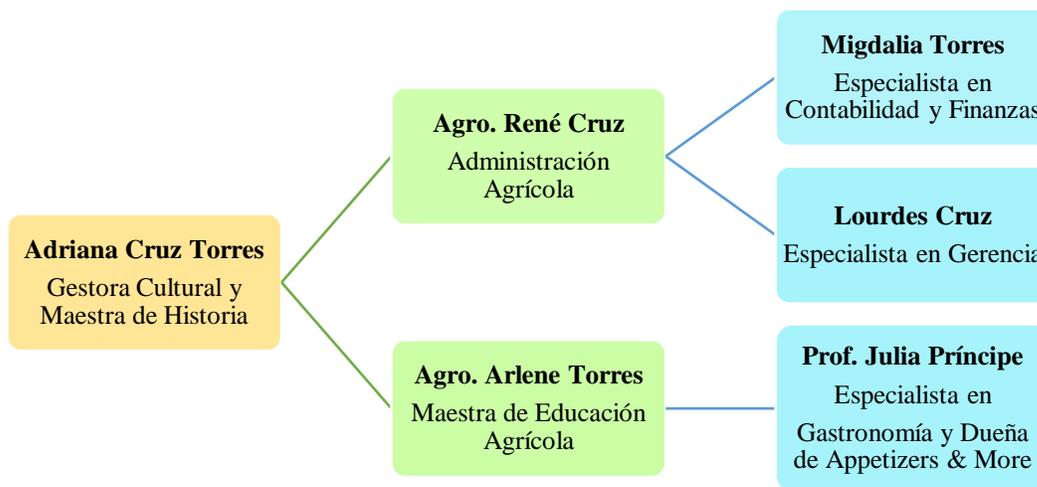
Suplidores y distribuidores



Respecto a los recursos humanos tanto para el taller como para otras áreas se contará con profesionales de las ramas de la Administración de Empresas, la Agronomía, la Educación, la Gastronomía y de mi experiencia como Gestora y Maestra de Historia.

**Figura 3**

Recursos humanos



Respecto al presupuesto, se desglosará por partidas: gastos de nómina, gastos recurrentes y no recurrentes. El gasto recurrente es aquel que se lleva a cabo de modo constante a lo largo del tiempo en una empresa, ya que son valiosos para que esta funcione. Por otra parte, el gasto no recurrente se desembolsa solo una vez y no se repite tal vez en un periodo de tiempo. En

otras palabras, la empresa recurre a este gasto de manera irregular. Por ejemplo, la compra de una computadora tiene un largo de vida que no amerita el que se esté renovando.

**Tabla 1**

Presupuesto tentativo

<b>Presupuesto Tentativo</b>	
<b>Nómina*</b>	<b>\$2,600.00</b>
<b>Gastos Recurrentes</b>	
Material de oficina	\$200.00
Imprenta	\$200.00
Servicio de internet y telefonía	\$60.00
Energía eléctrica	\$150.00
Combustible	\$100.00
Alquiler de área para talleres (mesas, sillas, estufa)	\$500.00
Productos enlatados	\$200.00
Frutas y vegetales	\$600.00
Cajas y envases plásticos para alimentos	\$1200.00
<b>Sub Total</b>	<b>\$3,210.00</b>
<b>Gastos no Recurrentes</b>	
Permisos y licencias	\$500.00
Computadora	\$500.00
Impresora	\$80.00
Equipo y materiales de cocina	\$500.00
<b>Sub Total</b>	<b>\$1,080.00</b>
<b>Total</b>	<b>\$6,890.00</b>

\*Personal reclutado por servicios profesionales de ser requerido.

## Capítulo 2

### Revisión de Literatura

Aboy, C. & Valdejuli, L. (2003). *Juntos en la cocina* (Nueva Edición Revisada). Pelican Publishing Company, Inc.

Carmen Aboy Valdejuli es considerada la primera puertorriqueña en asignar valor a la cocina criolla. Su libro de cocina trascendió las fronteras del país. Una ama de casa que pasó de ser maestra de cocina a la autora de este recetario de comida puertorriqueña. A su vez, tuvo la colaboración de su esposo quien se convirtió en el coautor del mismo. Aboy, fue la autora de libros de cuentos infantiles y de otros libros de cocina. Estos fueron *Cocina Criolla*, *Puerto Rican Cookery* y *The Arte of Caribbean Cookery*. Este recetario contiene información básica sobre las artes culinarias. Incluyendo el tipo de utensilio a utilizarse, como llevar a cabo las medidas de los ingredientes, de qué forma elaborar una cena formal e informal, así como las reglas de etiqueta a seguir en una mesa y consejos útiles para la cocina. El mismo fue editado 55 veces y vendió 300 mil copias. Cabe señalar, que fue realizado en el sistema Braille en el año 1962. Esto por la casa editora para no videntes The American Printing House. La autora los escribió con el fin de que fueran utilizados por las siguientes generaciones, resultando ser así.

Benet, W. (2012). *Puerto Rico sabor criollo* (2da ed.). Read Street Publishing, Inc.

Wilo Benet es un empresario y reconocido chef dueño del Restaurante Picayo en Guaynabo. Se considera una figura importante en la cocina puertorriqueña. Se destacó en la cocina de la Fortaleza cocinando los platillos de algunos gobernadores de Puerto Rico. Distinguiéndose en los sabores de la comida criolla, lo que se destaca en la compilación de recetas que presenta en este libro. Durante la pandemia por Covid el

Chef Benet decide incursionar en las redes sociales con el fin de dar clases de cocina. En una sesión llamada “Wilo Goes Live”, decide compartir su talento para mantener el contacto con los comensales que frecuentaban su restaurante y con aquellos que les gusta la cocina criolla.

Blank, S. & Dorf, B. (2013). *El manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa*. Gestión 2000.

[https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion\\_general/book/ebooks/El%20manual%20del%20emprendedor%20La%20guia%20paso%20a%20paso%20para%20crear%20una%20gran%20empresa.pdf](https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/ebooks/El%20manual%20del%20emprendedor%20La%20guia%20paso%20a%20paso%20para%20crear%20una%20gran%20empresa.pdf)

Estas lecciones del libro de Blank y Dorf, presentan los puntos clave para emprender en un negocio. Las mismas inician explicando cómo se debe interpretar esta guía para poder comprenderla y sacar de ella el mejor provecho posible. Expone paso a paso el orden que debe considerar un emprendedor antes de salir al mercado. Teniendo como propósito principal ayudar a aquellas personas que desean emprender en cualquier empresa sin importar su tamaño. De esta forma se realiza una comparativa entre las pequeñas y grandes empresas. Por otra parte, el escrito menciona constantemente el término “startup” para referirse a una empresa en su etapa inicial. Queriendo con esto significar que es un modelo de empresa que le falta adquirir los conocimientos y destrezas necesarios para lograr su emprendimiento. Sin embargo, asegura que a pesar de que todo emprendedor carece de un mapa en su viaje, eso no evita que al final logre su cometido. Para estos autores el inicio de toda empresa siempre es el mismo. Por lo cual esta guía les garantiza lidiar con los tropiezos y salir adelante.

Caribbean Exchanges, Inc. (2022). *More than 60 years of quality and innovation*.

<http://www.caribbeanproduce.com/content/about.html>

Esta empresa de alimentos lleva sesenta años brindando servicios en Puerto Rico. Siendo la mayor distribuidora de frutas, vegetales y huevos frescos en el país. Fue la primera compañía en el Caribe en recibir la Certificación de Mejores Prácticas Agrícolas del USDA. Además de que durante treinta años han sido reconocidos como Blue Book Trading Member. Ofrece al consumidor más de mil (1,000) productos de marca.

Díaz, I. (2018). *La terminología de la gastronomía puertorriqueña: Reflexiones en torno a su trasfondo y representación*. Revista Interdisciplinaria de Traducción Interpretación y Comunicación Intercultural, 4(2), 181-205. <https://doi.org/10.14201/clina201842181205>

Ismarie Díaz es Doctora en Traducción y Mediación Intercultural. Realizó este estudio basado en la terminología de cinco libros de recetas puertorriqueñas. Los mismos fueron publicados en siglo XX durante los años 50 y principios del siglo XXI. El mismo muestra la cultura que predominaba para ese entonces. La autora presenta los alimentos desde un punto de vista cultural. Llevando a cabo un análisis no solo en el contexto cultural sino además textual y del dominio del lenguaje. La Dra. Díaz manifiesta en su escrito que fue un gran reto traducir conceptos culinarios como la palabra vianda. Afirmando que la taxonomía culinaria está estrechamente asociada a la cultura de cada país. Plantea que los términos de cocina van más allá de un conjunto de técnicas gastronómicas. Además de que cada lugar no solo combina de una forma particular sus alimentos; sino que también tiene que ver con su cosecha. Esto debido a que los ingredientes, las técnicas y la siembra suelen ser culturales.

Díaz, M. (2022, abril 26). *Estudio revela que la isla consume muchos más bienes y servicios*

*locales que importados.* El Nuevo Día.

<https://www.elnuevodia.com/negocios/economia/notas/estudio-revela-que-la-isla-consume-muchos-mas-bienes-y-servicios-locales-que-importados/>

Díaz (2022), escribe para el periódico El Nuevo Día sobre un estudio económico realizado en Puerto Rico. El mismo se efectuó para el año 2020. En donde un grupo de expertos tales como periodistas, el presidente de la Asociación de Economistas de Puerto Rico, el presidente del Banco de Desarrollo Económico y un ejecutivo de First Bank reaccionaron al mismo. Revelando éste estudio que los puertorriqueños consumieron un 77% de bienes y servicios de la Isla para ese año. Haciendo esto poner en duda que el puertorriqueño consume mayormente productos importados.

Discover Puerto Rico. (2023). *Guía de comida tradicional puertorriqueña.*

<https://www.discoverpuertorico.com/es/node/35971>

Discover Puerto Rico es una organización dedicada al mercadeo del turismo en Puerto Rico. Colaborando en la búsqueda de que se posicione en mercados nacionales e internacionales. Exponiendo la gastronomía como una disciplina atractiva para el turismo. Esta organización presenta al visitante los platos típicos puertorriqueños que no debe pasar por alto. Ofrece una breve descripción de los platillos e incluso muestra videos de como confeccionar los mismo. Tales como complementos, frituras y postres. Es vital para la economía de cada país desarrollar el turismo. Por lo que esta organización contribuye al turismo gastronómico mediante estrategias modernas. Divulgando de forma atractiva los productos y servicios del país. La industria gastronómica hoy día ha crecido a través de la tecnología. Por lo cual, esta organización

se mantiene a la vanguardia ante los cambios y de esta forma fomentar el turismo gastronómico de la Isla.

Duprey, E. (2005). *Cocina artesanal puertorriqueña* (2da ed.). La Editorial Universidad de Puerto Rico.

La educadora y escritora Emma Duprey De Sterling realiza esta colección de recetas en donde muestra el arte culinario desde la perspectiva de la Isla. Por otra parte, es considerada como la fundadora del feminismo en Puerto Rico. A través de este libro fomenta las raíces puertorriqueñas presentando recetas de origen africano, entre otros. Muestra a través de la compilación de sus recetas la herencia afro antillana que aún persiste en la isla. Esto mediante la combinación de ingredientes exóticos y naturales que se utilizan aún en la cocina puertorriqueña. La autora demuestra que la cultura puertorriqueña es una fusión de distintas culturas del mundo a través de su historia. Reafirmando con cada receta que convergieron en la región caribeña.

Estades, M. (2014, diciembre 9). *¿Conocen los puertorriqueños el origen de su comida?* UPR Diálogo.

<https://dialogo.upr.edu/conocen-los-puertorriquenos-el-origen-de-su-comida-tipica-6/>

La página digital de la Universidad de Puerto Rico conocida como UPR Diálogo es un centro de práctica para los alumnos de comunicaciones y periodismo. Se originó como un taller informativo para que participasen los talentos más jóvenes. Sin embargo, se transformó en un encuentro generacional; ya que unió artistas gráficos, fotógrafos y narradores. A su vez, se convirtió en un foro en el cual los profesores colaboran con temas de interés. En este artículo el profesor Cruz M. Ortiz destacado historiador y escritor de ensayos en temas gastronómicos investiga los alimentos preferidos por los

puertorriqueños a través de sus estudiantes. Además, relata como la alimentación criolla evolucionó a través del imperialismo español.

Excelencias Gourmet. (2019, noviembre 29). *La gastronomía de Puerto Rico, a través de la historia, está viva*. <https://excelenciasgourmet.com/es/entrevistas/cruz-miguel-ortiz-la-gastronomia-de-puerto-rico-traves-de-la-historia-esta-viva>

En esta entrevista realizada para la revista de gastronomía Excelencias Gourmet al escritor, conferenciante e investigador gastronómico Cruz Ortiz, este argumenta sobre la historia de la gastronomía en Puerto Rico. Habla sobre las peculiaridades que identifican y han hecho única a la gastronomía puertorriqueña a través de su historia. A su vez compara los retos y oportunidades que trae la globalización a esta disciplina en el Caribe. El Profesor Cruz Ortiz expresa que la gastronomía puertorriqueña al igual que todo el Caribe, se vio expuesto a la influencia gastronómica indígena y precolombina. Menciona también aquellos productos que fueron traídos a través de migraciones anexándose a los platillos de la Isla.

Fernández, R. (1991). *El refranero puertorriqueño*. Ediciones Siruela.

Roberto Fernández Valledor fue el autor de varios ensayos basados en la sociedad y la literatura de Cuba, República Dominicana y Puerto Rico. En este libro recopila los refranes más comunes de nuestra Isla. Conociéndose como un refranero por ser una colección de refranes. Muchas contienen una rima para que las personas los puedan recordar. En este libro no solo se identifica a la mayoría de los refranes por su pueblo, sino que a su vez hace mención de los asociados a la gastronomía puertorriqueña. Los refranes promueven la cultura, la historia, la nutrición y la gastronomía de cada país. Se distinguen por transmitirse de forma oral en las comunidades. Los mismos son el

reflejo de la sociedad en su intento de mostrar un consejo, una advertencia o una moraleja. En ocasiones nacen dentro de una literatura para luego ser incorporados a la cultura popular. Por lo que pasan de generación en generación.

Gastronomía Puerto Rico Magazine. (2016). *El Plátano...ingrediente de primera*.

<https://gastronomiapr.wixsite.com/gastronomiapr/single-post/2015/07/29/it-s-all-about-the-bread-whole-grain-home-baking>

La Federación Latinoamericana de Gastronomía (FELAGA) en Puerto Rico presenta mediante este catálogo informativo el arte culinario en la Isla. Abogando por el desarrollo de la gastronomía en el proceso cambiante de la tecnología de forma tal que se preserve la calidad de esta disciplina. Uno de los alimentos que resulta esencial en la dieta puertorriqueña lo es el plátano. Este artículo reseña los beneficios nutricionales de este fruto. Además, argumenta como el mismo se asocia culturalmente a los puertorriqueños identificándolos a través de sus vidas.

Gastronomía Puerto Rico Magazine. (2016). *Historia gastronómica de Puerto Rico*.

<https://gastronomiapr.wixsite.com/gastronomiapr/single-post/2015/08/12/historia-gastron%C3%B3mica-de-puerto-rico>

En este artículo el arqueólogo e historiador Federico Freytes presenta un resumen específico sobre la historia de la gastronomía de Puerto Rico. Esto con el fin de divulgar información respecto a la historia, a los recursos culturales y a los cambios acontecidos en las artes culinarias en la Isla en los últimos años. Este magacín resulta ser la revista oficial para difundir eventos y noticias de La Federación Latinoamericana de Gastronomía (FELAGA) en Puerto Rico. Es una organización apolítica que promueve acontecimientos relacionadas además de la gastronomía con la hospitalidad y el turismo.

Basa su misión en la convicción de que la gastronomía es una parte esencial en la cultura de los países, sobre todo en Latinoamérica.

Gastronomía Puerto Rico Magazine. (2016). *La llegada de los Igneris y cambios en la dieta local*. <https://gastronomiapr.wixsite.com/gastronomiapr/single-post/2016/02/10/la-llegada-de-los-igneris-y-cambios-en-la-dieta-local>

Este catálogo informativo es una revista de La Federación Latinoamericana de Gastronomía (FELAGA) en Puerto Rico. En la misma se presentan temas y noticias de interés alusivos a la cocina boricua, eventos relacionados y la cultura en Latinoamérica. De esta manera apoya el turismo gastronómico y cultural de la región. Por lo que este artículo plantea la llegada de los primeros habitantes a la Isla y en qué consistía su dieta. También expone como a través del tiempo mediante estos habitantes llega una tradición gastronómica. La cual se adaptó a las condiciones locales para generar una particular cocina nativa.

Gutiérrez, C. (2012). *Historia de la gastronomía*. Red Tercer Milenio

[https://www.academia.edu/34552742/Historia\\_de\\_la\\_gastronom%C3%ADa\\_pdf](https://www.academia.edu/34552742/Historia_de_la_gastronom%C3%ADa_pdf)

En este libro Cecilia Isabel Gutiérrez de Alva de la Red Tercer milenio presenta la gastronomía desde sus orígenes hasta la época contemporánea. La Red Tercer Milenio es un grupo de universidades que contribuyen al aprendizaje universitario presentando textos en formato pdf a través de una biblioteca digital. Esta editorial contiene libros de texto de diversas disciplinas a nivel superior. De esta forma, la profesora Gutiérrez incluye en este libro varias disciplinas como las bellas artes, las ciencias naturales, las ciencias sociales y otras ciencias relacionadas con la nutrición del ser humano. En el mismo investiga la relación que existen entre los alimentos y la cultura. Guiándonos por

un viaje a través de muchos países. Dando a conocer personajes destacados de la historia de la gastronomía.

Habib, A. (2022, febrero 1). *Entrega de alimentos en Alemania...restaurantes, comestibles y mucho más*. Shoponlina. <https://shoponlina.com/es/entrega-de-alimentos-en-alemania/>

Habib (2021) expone en su artículo cómo en Alemania las empresas han diversificado sus ventas a través de la internet. Presenta los beneficios que las mismas brindan al consumidor en cuanto al ahorro de tiempo. Menciona que la empresa REWE lidera el grupo de empresas de alimentos al por menor. Esto habiéndose iniciado en el mercado ofreciendo productos frescos. Provee a los consumidores un horario y un plazo para la entrega, gasto mínimo de la compra, así como gastos de envío.

López, M. (2020, abril 13). *USA: Los mejores servicios de entrega a domicilio en 2020*. <https://www.america-retail.com/usa/usa-los-mejores-servicios-de-entrega-a-domicilio-en-2020>

El autor narra cómo durante tiempos de pandemia hubo un incremento en las ventas por internet. Sobre todo, en los supermercados. Habla sobre aquellas empresas estadounidenses que mejor servicio ofrecieron a domicilio. Realizando una comparación entre las mismas, donde están ubicadas y qué ofrecen al consumidor. Además de enfatizar en cómo se realizaba la entrega sin necesidad de haber contacto físico.

Noriega, E. & Tolosa, M. (2009). *Recuerdos y recetas de Borinquén* (5ta ed.). Quintero y Tolosa.

La Dra. Noriega y Marie Tolosa muestran la historia de Puerto Rico en la década de los años 30 hasta los 90 a través de las páginas de este libro de cocina. Presentan la evolución de las técnicas de cocción de la comida puertorriqueña a través del tiempo.

La primera parte del libro está basada en anécdotas y recuerdos del Puerto Rico del ayer. Recordando las vicisitudes que pasaron los antepasados para llegar a la confección de sus recetas y que le dan más valor a las mismas. La segunda parte contiene la recopilación de recetas de la cocina boricua. Entre estas se encuentran comida criolla de la gastronomía puertorriqueña. Tales como sopas, bebidas, arroces, carnes, aperitivos y postes.

Osorio, M., Castro, D. & Osorio, R. (2021). *Turismo y gastronomía*. Universidad Autónoma del Estado de México.

[https://www.researchgate.net/publication/350214216\\_Turismo\\_y\\_Gastronomia](https://www.researchgate.net/publication/350214216_Turismo_y_Gastronomia)

Los autores defienden el punto de que la gastronomía es un factor social que brinda grandes aportes a la gestión cultural de un país. Siendo relevante sobre todo su contribución para el sector del turismo. Mediante sus investigaciones sustentan su enfoque en el emprendimiento y la competitividad en el campo del turismo gastronómico.

Osorio, M., Castro, D. & Osorio, R. (2021), aseveran que atraer al turista no es una gestión sencilla, y que es tarea del emprendedor. Sin embargo, puntualizan en que el renglón del turismo gastronómico no deja de ir en alzada, resultando la base futura para el desarrollo de la economía de los países. Por otra parte, postulan que son los gobiernos los que no han prestado atención a los planes de desarrollo de este sector de la gastronomía turística. Propiciando que estos proyectos caigan en posturas de abandono. A través de este estudio, los autores proveen herramientas sobre cómo fortalecer la gestión cultural para llegar al turista mediante la gastronomía. Además de recalcar que todos los niveles socio económicos son los factores que inciden en la cultura gastronómica. Buscan mediante este estudio concientizar sobre la necesidad de mejorar la economía mediante iniciativas y legislaciones gubernamentales. Argumentando que

esto no solo amplía la brecha para nuevos emprendedores; sino que es la clave para aumentar la competitividad de los mercados.

Pedrosa, F. & Noce, C. (2019, agosto 3). *La transformación de Vietnam: éxitos y desafíos de un experimento de “capitalismo comunista”*. Infobae. <https://www.infobae.com/america/mundo/2019/08/03/la-transformacion-de-vietnam-exitos-y-desafios-de-un-experimento-de-capitalismo-comunista/>

Este artículo de Fernando Pedrosa y Cecilia Nose (2019), presenta a Vietnam como es el país asiático de mayor conflicto bélico durante el siglo XX. Habiéndole ganado a Francia, Estados Unidos y a China durante las guerras. Además, indican los autores que aun siendo Vietnam un país independiente y cuya economía quedó devastada; logró levantarse. Pedrosa y Nose (2019) manifiestan que tuvo un rápido desarrollo que lo convirtió en una gran potencia económica en su región. Aun con su compleja situación, para el año 2000, alcanzó una cifra de dos millones de turistas. Siendo su fuerte la gastronomía.

PRroduce. (2022). *La mayor variedad de productos locales entregados a tu puerta*.

<https://puertoricoproduce.com/>

La compañía PRroduce con sede en Carolina, Puerto Rico. Ofrece sus productos a través de un supermercado virtual. Distribuyéndolos a través de toda la isla. Además de ser distribuidores de semillas y de alimento para mascotas. Esta empresa netamente puertorriqueña ofrece varias opciones según el gusto del consumidor. Tales como el producto fresco, congelado o preparado.

Ramírez Ruiz, J. (2022). *Innovación y valor del turismo gastronómico en Puerto Rico*:

*El desarrollo de la agricultura culinaria*. [Disertación doctoral]. Universitat de les Illes Balears.

[https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/674670/Ramirez\\_Ruiz\\_Jesmarie.pdf?sequence=1](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/674670/Ramirez_Ruiz_Jesmarie.pdf?sequence=1)

Esta tesis doctoral escrita por Jesmarie Ramírez Ruiz está basada en la rama del Turismo Cultural. Sin embargo, también toca la línea del Turismo Gastronómico.

Esta investigación se centra en la oferta gastronómica que se le brinda al turista en San Juan, San Juan. Explora la interacción que existe entre los alimentos que se proporcionan desde su cultivo hasta la mesa del consumidor. La autora explora el campo turístico y el sector agrario y su efecto en la economía y en el medioambiente. Lleva a cabo su investigación a través de la red de distribución, el personal que participa de todo el proceso de producción, elaboración e inclusive el envasado, así como los que confeccionan la receta hasta llegar finalmente a su destino.

Rexach, N. (1985). *The hispanic'american cookbook*. Lyle Stuart Inc.

Nilda Luz Rexach obtuvo un Bachillerato en Economía Doméstica y una Maestría en Educación Bilingüe. Fue maestra de inglés durante muchos años. Además de que laboró como instructora bilingüe en grados primarios y como Directora Ejecutiva del Liceo Hispano. Sin embargo, se dio a conocer a través de la televisión y de los medios rotativos por su incursión en las artes culinarias. Rexach documentó todas sus recetas y las tradujo. Por lo que escribe este recetario tanto en inglés como en español. Esto con el propósito de dar a conocer la gastronomía puertorriqueña a personas de la diáspora.

Rivero, J. & Brunner, B. (2005). *Árboles frutales exóticos y poco conocidos en Puerto Rico*. La Editorial, Universidad de Puerto Rico.

Puerto Rico posee un clima tropical beneficioso para aquellos árboles frutales que no solo son nativos del caribe, sino que además fueron introducidos a la Isla a través de su historia. Árboles como el mangó, la guayaba o el aguacate que a pesar de ser exóticos son parte del menú puertorriqueño. Muchas de estas frutas se distinguen por tener colores llamativos para el visitante. Además de que tal vez no se cultiven en su lugar de origen. La combinación de sabores en platillos criollos son manjares únicos y deliciosos para el paladar extranjero o del patio.

Salazar, C. (2016). *Recetas desde mi pueblo: veintitrés años de cocina puertorriqueña* (2da. ed).

Desde MI Pueblo, Inc.

Existen diversas formas de hacer turismo. Entre los cuales se encuentra el turismo gastronómico. El cual se enfoca en llevar al viajero a conocer y probar la gastronomía típica de una región. El programa Desde mi Pueblo que se transmitía en el canal 6 de WIPR de Puerto Rico llevaba al televidente a un viaje a través de su pantalla. La producción del programa viajaba a través de distintos pueblos de la Isla con el fin de mostrar lugares de interés, así como parte de la gastronomía boricua. Este libro presenta cada receta en un lenguaje pueblerino, fácil de comprender y según se prepara en cada pueblo.

Telemundo PR. (2020, mayo 18). *Entregarán 2,000 cajitas agrícolas a personas de escasos recursos*. <https://www.telemundopr.com/noticias/puerto-rico/aprueban-propuesta-de-107-millones-para-compra-de-alimentos-y-entrega-de-cajitas-agricolas/2082905/>

TelemundoPR notifica mediante su plataforma virtual que el Departamento de Agricultura Federal aprobó una propuesta para distribuir alimentos en la Isla. La misma con el propósito de hacerlas llegar a individuos de bajos recursos económicos. No

obstante, esta propuesta abrió las puertas a muchos agricultores. Contribuyendo a la economía del país. Además de motivar a otras personas a realizar el mismo proyecto con personas de mayores recursos económicos.

Valencia, S., Barroso, F. & Chuc, F. (2019). *Cómo elaborar un proyecto de investigación*.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

<https://elibronet.uprrp.idm.oclc.org/es/lc/uprrpearq/titulos/130921>

En esta guía práctica los autores muestran cómo llevar a cabo proyectos de investigación, protocolos o tesis. La misma tiene como propósito principal ayudar a organizar las ideas y establecer los pasos que se deben realizar para desarrollar un proyecto investigativo.

También tiene como objetivo complementar otros tipos de estudio investigativo. Siempre teniendo como eje central presentar de forma metódica y organizada un conjunto de data informativa que gira en torno a una problemática. De esta forma se logra formular una hipótesis que va dirigida a unos hallazgos.

## Capítulo 3

### Plan de trabajo

Toda propuesta debe ser desarrollada a través de un método científico. De esta forma se pueden organizar las ideas que surgen a raíz de una problemática que se busca resolver (Valencia et al., 2019).

**Tabla 2**

Plan de trabajo

<b>Plan de Trabajo</b>	
<b>Investigación</b>	<b>Fecha de actividad</b>
1. Selección del tema.	10 de febrero de 2023
2. Presentación del tema al mentor.	15 de febrero de 2023
3. Recopilación de literatura.	17 al 22 de febrero de 2023
4. Primera revisión de la propuesta por el mentor.	23 de febrero de 2023
5. Orientación con agrónomos y especialistas en artes culinarias.	25 de febrero de 2023
6. Visita a la Oficina de Administración para el Desarrollo de Empresas Agropecuarias.	16 de marzo de 2023
7. Realizar encuesta.	19 de marzo de 2023
8. Revisión de literatura por el mentor.	19 de abril de 2023
9. Entrevista a Ilustrador Gráfico	19 de marzo de 2023
<b>Justificación</b>	
1. Formulación de hipótesis: Dar a conocer la cultura puertorriqueña a través de su gastronomía.	22 de abril de 2023
2. Redacción de Introducción y Justificación.	22 de abril de 2023
<b>Objetivos</b>	
1. Establecimiento de objetivos a corto y a largo plazo.	23 de abril de 2023
<b>Impactos y efectos previstos</b>	
2. Establecimiento de los impactos y efectos previstos.	23 de abril de 2023
<b>Recursos</b>	
1. Contactar recursos.	29 de abril de 2023
2. Preparación de presupuesto.	29 de abril de 2023
<b>Metodología</b>	
1. Elaboración de una sinopsis en inglés y en español.	6 de mayo de 2023
2. Preparación de la bibliografía en estilo APA.	6 de mayo de 2023
<b>Conclusión</b>	
1. Redacción de la conclusión.	7 de mayo de 2023
<b>Evaluación</b>	
1. Entrega del Proyecto de Conclusión	16 de mayo de 2023

## Conclusión

Como gestora de esta Propuesta de Proyecto de Conclusión sobre gestión cultural enfocado en el turismo gastronómico pude constatar a través de esta investigación el interés de las personas por conocer la historia de nuestro país de una manera innovadora como la presentada en esta propuesta. Ahora bien, entiendo que para que la misma sea exitosa debe existir una buena planificación de las tareas a realizarse con el propósito de que se cumplan los objetivos del proyecto. Un plan de trabajo permite tener una visión panorámica que ayude a la toma de decisiones. La piedra fundamental para emprender en una empresa relacionada con la gestión cultural es tener claro el impacto de esta a corto y a largo plazo en la comunidad y en el turista. Este efecto debe ser medible y sustentado en metas reales. Por lo que, no todo el plan depende del gestor. Por ejemplo, para el establecimiento de una propuesta de emprendimiento es apremiante contactar o visitar a agencias gubernamentales para los permisos y licencias. No obstante, el concertar citas para consultorías, para obtener y gestionar documentos e inclusive para conseguir apoyo técnico fue un factor limitante. Por otra parte, resulta un reto aumentar la cantidad de personas interesadas por la historia de la gastronomía puertorriqueña. Cabe resaltar, que faltó por recopilar información sobre las ubicaciones que resulten ideales para el proyecto. Por otro lado, recomendaría a todo emprendedor asesorarse con profesionales en el área a trabajar. Un experto que le acompañe en esos primeros pasos, ya que es necesario tener conocimiento de la industria en la que se incursiona. Sobrevivir ante las adversidades que se presenten implica tomar decisiones acertadas y sobre todo establecer buenas estrategias aconsejado por personas con experiencia. Recomendaría además llevar a cabo este proyecto a nivel de comedores escolares. Esto con el fin de contribuir al proceso de enseñanza en las clases de historia de nuestras instituciones educativas.

## Bibliografía

- Aboy, C. & Valdejuli, L. (2003). *Juntos en la cocina* (Nueva Edición Revisada). Pelican Publishing Company, Inc.
- Benet, W. (2012). *Puerto Rico sabor criollo* (2da ed.). Read Street Publishing, Inc.
- Blank, S. & Dorf, B. (2013). *El manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa*. Gestión 2000.
- Caribbean Exchanges, Inc. (2022). *More than 60 years of quality and innovation*.  
<http://www.caribbeanproduce.com/content/about.html>
- Díaz, I. (2018). *La terminología de la gastronomía puertorriqueña: Reflexiones en torno a su trasfondo y representación*. *Revista Interdisciplinaria de Traducción Interpretación y Comunicación Intercultural*, 4(2), 4-2, 181-205.  
<https://doi.org/10.14201/clina201842181205>
- Díaz, M. (2022, abril 26). *Estudio revela que la isla consume muchos más bienes y servicios locales que importados*. El Nuevo Día.  
<https://www.elnuevodia.com/negocios/economia/notas/estudio-revela-que-la-isla-consume-muchos-mas-bienes-y-servicios-locales-que-importados/>
- Discover Puerto Rico. (2023). *Guía de comida tradicional puertorriqueña*.  
<https://www.discoverpuertorico.com/es/node/35971>
- Duprey, E. (2005). *Cocina artesanal puertorriqueña* (2da ed.). La Editorial Universidad de Puerto Rico.
- Estades, M. (2014, diciembre 9). *¿Conocen los puertorriqueños el origen de su comida?* UPR Diálogo.  
<https://dialogo.upr.edu/conocen-los-puertorriquenos-el-origen-de-su-comida-tipica-6/>

- Excelencias Gourmet. (2019, noviembre 29). *La gastronomía de Puerto Rico, a través de la historia, está viva*. <https://excelenciasgourmet.com/es/entrevistas/cruz-miguel-ortiz-la-gastronomia-de-puerto-rico-traves-de-la-historia-esta-viva>
- Fernández, R. (1991). *El refranero puertorriqueño*. Ediciones Siruela.
- Gastronomía Puerto Rico Magazine. (2016). *El Plátano...ingrediente de primera*. <https://gastronomiapr.wixsite.com/gastronomiapr/single-post/2015/07/29/it-s-all-about-the-bread-whole-grain-home-baking>
- Gastronomía Puerto Rico Magazine. (2016). *Historia gastronómica de Puerto Rico*. <https://gastronomiapr.wixsite.com/gastronomiapr/single-post/2015/08/12/historia-gastron%C3%B3mica-de-puerto-rico>
- Gastronomía Puerto Rico Magazine. (2016). *La llegada de los Igneris y cambios en la dieta local*. <https://gastronomiapr.wixsite.com/gastronomiapr/single-post/2016/02/10/la-llegada-de-los-igneris-y-cambios-en-la-dieta-local>
- Gutiérrez, C. (2012). *Historia de la gastronomía*. Red Tercer Milenio [https://www.academia.edu/34552742/Historia\\_de\\_la\\_gastronom%C3%ADa\\_pdf](https://www.academia.edu/34552742/Historia_de_la_gastronom%C3%ADa_pdf)
- Habib, A. (2022, febrero 1). *Entrega de alimentos en Alemania...restaurantes, comestibles y mucho más*. Shoponline. <https://shoponline.com/es/entrega-de-alimentos-en-alemania/>
- Noriega, E. & Tolosa, M. (2009). *Recuerdos y recetas de Borinquén* (5ta ed.). Quintero y Tolosa.
- Osorio, M., Castro, D. & Osorio, R. (2021). *Turismo y gastronomía*. Universidad Autónoma del Estado de México. [https://www.researchgate.net/publication/350214216\\_Turismo\\_y\\_Gastronomia](https://www.researchgate.net/publication/350214216_Turismo_y_Gastronomia)

Pedrosa, F., & Noce, C. (2019, agosto 3). *La transformación de Vietnam: éxitos y desafíos de un experimento de “capitalismo comunista”*. Infobae.

<https://www.infobae.com/america/mundo/2019/08/03/la-transformacion-de-vietnam-exitos-y-desafios-de-un-experimento-de-capitalismo-comunista/>

PRroduce. (2022). *La mayor variedad de productos locales entregados a tu puerta*.

<https://puertoricoproduce.com/>

Ramírez Ruiz, J. (2022). *Innovación y valor del turismo gastronómico en Puerto Rico:*

*El desarrollo de la agricultura culinaria*. [Disertación doctoral]. Universitat de les Illes Balears.

[https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/674670/Ramirez\\_Ruiz\\_Jesmarie.pdf?sequence=1](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/674670/Ramirez_Ruiz_Jesmarie.pdf?sequence=1)

Rexach, N. (1985). *The hispanic 'american cookbook*. Lyle Stuart Inc.

Rivero, J., & Brunner, B. (2005). *Árboles frutales exóticos y poco conocidos en Puerto Rico*. La Editorial, Universidad de Puerto Rico.

Salazar, C. (2016). *Recetas desde mi pueblo: veintitrés años de cocina puertorriqueña* (2da. ed.). Desde MI Pueblo, Inc.

Telemundo PR. (2020, mayo 18). *Entregarán 2,000 cajitas agrícolas a personas de escasos recursos*. <https://www.telemundopr.com/noticias/puerto-rico/aprueban-propuesta-de-107-millones-para-compra-de-alimentos-y-entrega-de-cajitas-agricolas/2082905/>

Valencia, S., Barroso, F. & Chuc, F. (2019). *Cómo elaborar un proyecto de investigación*.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

<https://elibronet.uprrp.idm.oclc.org/es/lc/uprrpearq/titulos/130921>

## **Anejos**

## Entrevista

La Sra. Mónica Sánchez Pérez, quien se ha desempeñado como Ilustrador Gráfico durante treinta y tres años (33) para el Departamento de Educación de Puerto Rico en Carolina accedió a dar una entrevista. La Sra. Sánchez estudió en la Escuela de Artes, Diseño e Industrias Creativas de la Universidad del Sagrado Corazón. Obteniendo un Bachillerato en Diseño Gráfico.

### 1. **¿Qué tipo de programa utiliza para realizar sus trabajos?**

He podido ver la evolución de la tecnología en mi área de trabajo y tener que aprender y adaptarme a las tendencias. Utilizo Canva, Photoshop, Corel Draw, entre otros.

También existen muchos tipos de software y equipos tecnológicos que se pueden utilizar para crear prototipos de objetos antes de seleccionar el producto final y reproducirlo.

### 2. **¿Ha realizado trabajos relacionados con el diseño del arte para promocionar alimentos?**

Sí, he tenido que elaborar cajas, rótulos, afiches y otros trabajos de promoción o de empaque para promocionar los alimentos de los comedores escolares y de otros trabajos que he realizado por cuenta propia para clientes de la empresa privada.

### 3. **¿Cómo influye el diseño del arte en la presentación del material alusivo a los alimentos?**

Para poder realizar un empaque llamativo tomo en cuenta los gustos de la persona, pero lo más importante es presentarle algo innovador porque por lo regular la persona desconoce las tantas alternativas que tiene. Se realiza primero un boceto con las especificaciones. Los colores y la forma de una caja pueden destacar grandemente el producto que lleva. Por ejemplo, una caja no debe verse siempre como las cajas de cuatro tapas encima, que acostumbramos ver. Aunque el sabor y la calidad de lo que

lleve adentro deba ser lo más importante, no deja de causar impresión lo primero que se aprecia que es el empaque.

**4. ¿Cómo entiende que el logotipo de una marca contribuye a una estrategia de mercadeo?**

Un logotipo para una marca transmite información al potencial cliente. Por otra parte, las cajas deben llevar el origen del producto, por ejemplo, si es local o exportado. De igual modo el logotipo llamativo de una marca puede hacer que las personas quieran probar el producto. Es importante que ese logotipo que lleve la tarjeta de presentación, las cajas, los afiches y demás materiales de un negocio, sean como una obra de arte que atraiga a las personas.

**5. ¿Qué otras características suelen ser importantes en el arte de un empaque?**

La protección de lo que vaya a estar dentro de una caja es parte del arte que se utilice. No solo debe verse bien, sino que le proporciona una garantía de calidad y protección al cliente. Puede lucir colores bonitos, pero llevando el mensaje de que está protegido contra la humedad, el calor, la temperatura o la contaminación. La información debe ser clara, con colores llamativos y la tipografía legible. Hoy día muchos clientes se inclinan por la protección del ambiente. Buscando material biodegradable en el cual el arte gráfico pueda lucir bien.

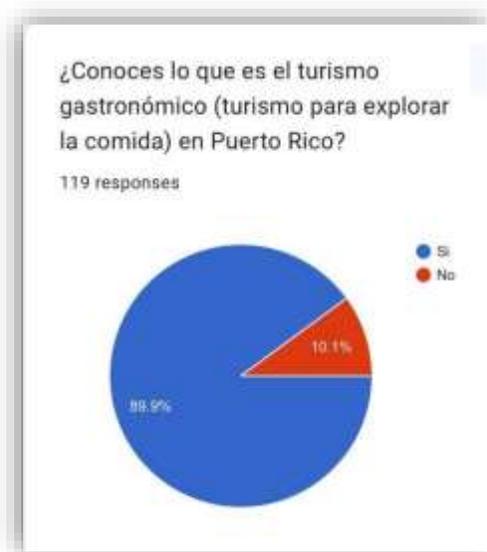
**6. ¿Cómo afecta al producto una marca o un empaque mal diseñado?**

Entiendo que un empaque mal diseñado no refleja la personalidad de lo que se pretende proyectar. Restándole calidad y valor al producto. Mientras que un diseño elegante y llamativo atrae la atención del consumidor. Es lo que ocurre con marcas como la de las galletas Oreo. Uno ve un empaque negro y azul en las tiendas y ya lo distingue.

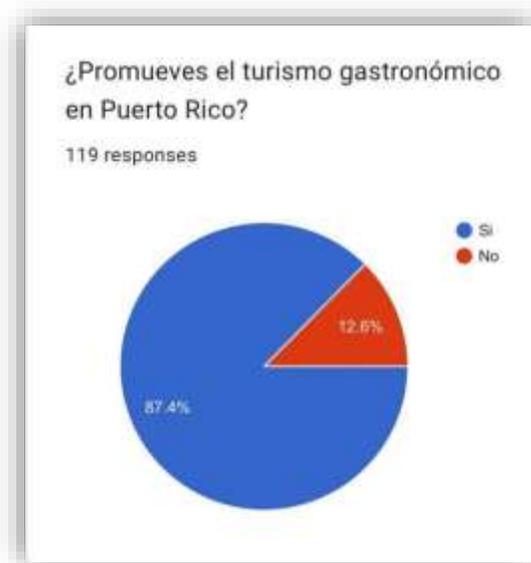
## Encuesta

Se realizó una encuesta a un total de 119 personas a través de Google Forms. Esto con el fin de saber cuánto conocimiento tenían sobre el tema del turismo gastronómico. La misma consistió de cinco (5) preguntas. A continuación, los hallazgos:

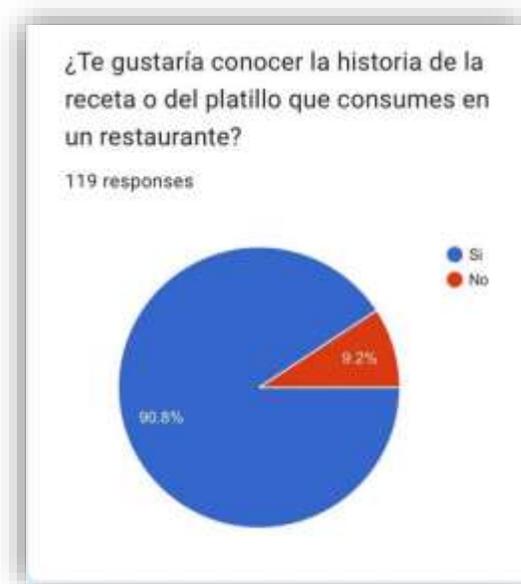
- ✚ El 89.9% de los encuestados conocen lo que es el turismo gastronómico.



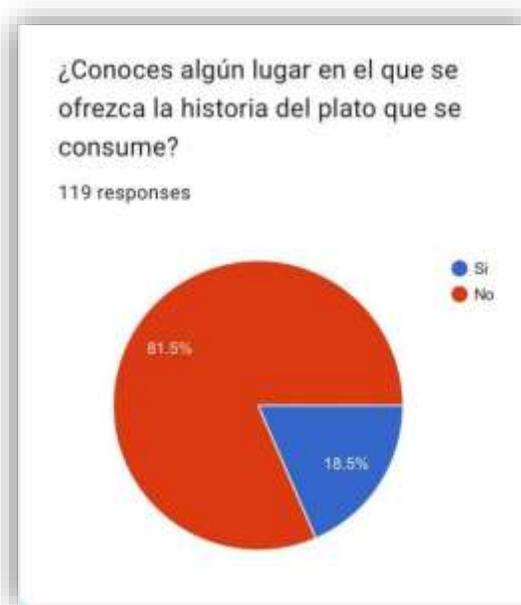
- ✚ El 87.4% de los participantes promueve el turismo gastronómico.



- ✚ Un 90.5% de las personas les gustaría conocer la historia de la receta o del platillo que consume en un restaurante.



- ✚ Un 81.5 % de los encuestados no conocen un lugar en el que se ofrezca la historia del plato que se consume.



- ✚ El 73.1% de los participantes opinaron que les gustaría participar de un taller en donde confeccionaran su propio platillo.

