



Universidad de La Habana



Facultad de Turismo

EVALUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD EN EL RESTAURANTE FABIO

**TRABAJO DE DIPLOMA
EN OPCIÓN AL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO**

Autor:

Orlando Rodríguez Montero

Tutora:

Profesora Titular. Lic. Julia María Espinosa Manfugás, MSc. Dr.C

La Habana

-2024-

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo evaluar el cumplimiento de los requisitos de sostenibilidad en el restaurante Fabio. Para cumplir con el objetivo propuesto, se concibió una metodología de investigación compuesta de seis etapas con métodos teóricos y empíricos de investigación, dentro de estos, la entrevista, la cual se le realizó a un grupo de especialistas, la observación mediante la lista de chequeo sometida a criterio de expertos, y un cuestionario a pobladores aledaños a la instalación objeto de estudio, cuya fiabilidad se comprobó a través del coeficiente alfa de Cronbach. Los resultados se procesaron por medio de la estadística paramétrica (cálculo de frecuencia y porcentaje), el Diagrama de Pareto, y la estadística no paramétrica (prueba de Kruskal Wallis y la prueba de Mann-Whitney) empleando el programa SPSS 24.0, 2016. Se determinaron 11 apartados divididos a su vez en 54 requisitos que permitieron diagnosticar la situación actual de la sostenibilidad en el restaurante. El análisis integral de los resultados evidenció el incumplimiento de requisitos esenciales para alcanzar la sostenibilidad y ante ello se propusieron 12 acciones de mejora.

Palabras claves: restaurante, sostenibilidad, requisitos.

ABSTRACT

The present research aims to evaluate compliance with sustainability requirements at the Fabio restaurant. To achieve the proposed objective, a research methodology composed of five stages was conceived, using theoretical and empirical research methods. The latter included interviews conducted with a group of specialists, observation using a checklist subjected to expert criteria, and a questionnaire administered to residents near the facility under study, whose reliability was tested using Cronbach's alpha coefficient. The results were processed using parametric statistics (calculation of frequency and percentage), the Pareto Diagram, and non-parametric statistics (Kruskal Wallis test and Mann-Whitney test) using the SPSS 24.0 program in 2016. Eleven sections were determined, further divided into 54 requirements that allowed for diagnosing the current situation of sustainability at the restaurant. The comprehensive analysis of the results revealed non-compliance with essential requirements for achieving sustainability, leading to the proposal of 12 improvement actions.

Keywords: restaurant, sustainability, requirements.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1. GASTRONOMIA Y SOSTENIBILIDAD, RESTAURANTES SOSTENIBLES.....	5
1,1 Gastronomía. Concepto y tendencias	5
1.2 Sostenibilidad. Consideraciones generales	7
1.3 Gastronomía sostenible.....	9
1.4 Restaurantes sostenibles. Una demanda del cliente actual	12
1.4.1 Restaurantes sostenibles: Requisitos a cumplir	15
1.4.2 La certificación de los restaurantes sostenibles	17
1.5. La sostenibilidad. Beneficios de su aplicación.....	20
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA INSTALACIÓN.....	23
2.1 Metodología de Investigación	23
2.1.1 Tipo de Investigación.....	23
2.1.2 Métodos de investigación empleados.....	25
2.1.3 Procedimiento metodológico	27
2.2 Caracterización de la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A.....	31
2.2.1 Caracterización de la Sucursal Palmares Centro	35
2.2.2 Caracterización del restaurante Fabio.....	35

CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	40
3.1 Contexto actual de la Empresa Palmares, S.A. en cuanto a sostenibilidad	40
3.2 Resultado del cuestionario aplicado para determinar el conocimiento de los vecinos del restaurante Fabio.....	41
3.3 Elaboración y validación de la lista de chequeo	50
3.4 Evaluación de los requisitos de sostenibilidad en la instalación. Propuesta de acciones	51
CONCLUSIONES.....	56
RECOMENDACIONES	57
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

Para el cliente del siglo XXI, el comer constituye una necesidad y un placer, pero sobre la base de las tendencias actuales de la restauración, sustentada en ofertas diferenciadas, saludables, basadas en alimentos ligeros, frescos y naturales, elaborados mediante técnicas de cocción que no afecten de manera sustancial las propiedades nutritivas y sensoriales del alimento y en condiciones higiénicas que garanticen la inocuidad alimentaria y la calidad del producto final (Espinosa, 2010).

Hoy la gastronomía se enfrenta a un nuevo modelo de cliente, un cliente informado e hiper conectado que aboga por ofertas asociadas a cuatro temáticas fundamentales: la gastronomía saludable, en concordancia con las metas vigentes propuestas por la (FAO, 2003), ecosostenible (utilización de productos frescos, locales), el regreso a lo básico (recuperación de las raíces y autoctonía) y la ciencia en la cocina (utilización de la física y la química en las elaboraciones) (Espinosa et al., 2021).

La industria alimentaria a lo largo de los años no ha estado comprometida con el medioambiente, criterio que se puede afirmar si se tienen en cuenta las emisiones de gases de efecto invernadero como el dióxido de carbono (CO₂) y metano (CH₄) que provoca anualmente la transportación, mantenimiento, cocción y desperdicio de alimentos, entre otros. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) estima que se tiran 1.300 millones de toneladas de alimentos al año, si se trasladase este dato al terreno económico, se hablase de alrededor de un billón de euros, además de los 900.000 millones en costos sociales y los 700.000 millones que supone este desperdicio alimentario en costos ambientales, de los cuales corresponden a los servicios de catering y restauración el 12% (Sanahuja, 2022).

Estas realidades bastan para hacer conciencia de la necesidad de trasladar la sostenibilidad a las entidades gastronómicas, pero debe tenerse en cuenta lo planteado por Marciano et al. (2022), quienes declaran que la gastronomía sostenible no solo consiste en aplicar prácticas amigables con el medio ambiente, el factor humano juega un papel clave, además de la dieta sostenible que debe ser entendida a partir de la interrelación de aspectos económicos,

sociales, políticos, y fundamentalmente de salud, como es el caso de las dietas mediterráneas, por la unión de categorías como “huella de carbono”, “huella hídrica” o “impacto ambiental”, con el concepto de patrimonio cultural inmaterial y la necesidad de construir modelos dietéticos que, además de ser culturalmente aceptables, sean culturalmente coherentes. Es por tanto un cambio de paradigma que supone grandes desafíos especialmente en un momento en el que algunos sectores aún no se han recuperado como consecuencia derivada de la pandemia de la Covid-19 (Del Valle, 2023).

Es evidente entonces, que los establecimientos gastronómicos para satisfacer al cliente actual y ser más competitivos, deben operar sus procesos mediante modelos de gestión que tengan en cuenta la responsabilidad social y las prácticas sostenibles, para preservar el medio ambiente y promover un futuro más viable. Para Alseetohy et al. (2021) el principal desafío al que se enfrentan las entidades gastronómicas es encontrar un equilibrio frente a la demanda de alimentos, la correspondencia con la experiencia culinaria, y la necesidad de adoptar prácticas sostenibles que contribuyan a la preservación del medio ambiente. Desafío que vale la pena afrontar, sobre todo, por el impacto que tiene la gastronomía sostenible en la población y la economía local, dada la interacción que se crea entre las comunidades urbanas y rurales. Y adicionalmente, la connotación que tiene en el turismo por cuanto fortalece la identidad del destino, a partir de la autenticidad y el bienestar comunitario (Salcedo et al., 2010, Osorio y Castillo, 2011 y Aranceta, 2023).

Partiendo de lo antes planteado, es notorio que la gastronomía no puede estar aislada de la sostenibilidad, al contrario, adquiere hoy más que nunca una importancia relevante por ser de sumo interés para las empresas de alimentos y los gestores de entidades gastronómicas a nivel nacional e internacional (Venázio y Santos, 2020).

Cuba no está exenta de lo anterior y también ha decidido lanzarse a las tendencias internacionales e iniciar prácticas sostenibles en sus establecimientos gastronómicos. En este sentido se han creado restaurantes ecológicos, se inició en

el 2019 el movimiento de alimentación sostenible (Slow Food), el cual trabaja en forma de red desde el 2024. Vinculado a ello se desarrollan actividades dirigidas a incentivar el intercambio entre productores y consumidores y se impulsa el desarrollo de actividades responsables con el medio ambiente y el cultivo orgánico, a través de las fincas agroecológicas: Vista Hermosa, La China, y El Rosal, en La Habana, y la Finca del Medio, en Sancti Spíritus (Slow Food, 2018).

Por su parte, la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A. ha realizado eventos y talleres que han propiciado el intercambio entre especialistas, productores y consumidores, y en el año 2022 se propuso convertir el restaurante Fabio ubicado en el municipio Plaza de la Revolución y especializado en comida italiana desde su fundación en el año 2005, en un restaurante sostenible, empleando para ello como herramienta principal la estrategia del océano azul; sin embargo, no se logró el objetivo. Pese a esa situación, el proyecto se mantiene vigente con vista a su ejecución, una vez que estén creadas las condiciones para ello, situación que conllevó a la realización del presente estudio.

Problema de investigación:

¿Cuál es el escenario actual en materia de sostenibilidad del restaurante Fabio perteneciente a la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A.?

Objeto de investigación: Sostenibilidad.

Campo de investigación: Restaurante Fabio de la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A.

Idea a defender:

La evaluación del cumplimiento de los requisitos de sostenibilidad en el restaurante Fabio perteneciente a la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A. permitirá conocer su escenario actual.

Objetivo general

Evaluar el cumplimiento de los requisitos de sostenibilidad en el restaurante Fabio de la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A.

Objetivos específicos

1. Fundamentar el marco teórico conceptual vinculado con la gastronomía, la sostenibilidad y los restaurantes sostenibles.
2. Caracterizar la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A., su Sucursal Centro y el restaurante Fabio.
3. Determinar los requisitos y el instrumento a emplear para evaluar la sostenibilidad en el restaurante objeto de estudio.
4. Diagnosticar la situación actual de la sostenibilidad en el objeto de estudio.
5. Proponer acciones de mejora en materia de sostenibilidad en función de los resultados obtenidos.

Estructura del trabajo:

El presente documento se encuentra estructurado por: introducción, desarrollo, conclusiones, bibliografía, recomendaciones y anexos.

Capítulo 1. Se abordan los fundamentos teóricos conceptuales que sustentan la investigación asociados a la gastronomía, la sostenibilidad y los restaurantes sostenibles.

Capítulo 2. Se describe la situación en la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A, su Sucursal Centro, y el restaurante Fabio, además se expone la metodología de investigación empleada.

Capítulo 3: Se presentan y discuten los resultados derivados del estudio.

CAPÍTULO 1. GASTRONOMIA Y SOSTENIBILIDAD, RESTAURANTES SOSTENIBLES

1,1 Gastronomía. Concepto y tendencias

El concepto de gastronomía ha sido referido en la literatura por diversos autores. De acuerdo con Castro(1980), es un arte, ya que es un elemento que integra la riqueza cultural de los pueblos, que surge en el momento en que el sentido del gusto se fue educando y las presentaciones se volvieron armónicas al tomar en cuenta colores y texturas. Es el modo de preparar una buena comida y presentar los alimentos de tal manera que sean apetecibles. Es una actividad del ser humano que, de ser un medio para nutrirse se ha convertido en un arte exquisito y auténtico.

A decir de Bode (1999) y Gilliespi y Cousins (2001) es el arte y la ciencia del buen comer y beber, un concepto que se extiende hacia las nociones de tradición, cultura, sociedad y civilización.

De acuerdo con Montecinos (2016), la gastronomía es un conocimiento razonado del arte de producir, crear, transformar, evolucionar, preservar y salvaguardar las actividades, el consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad.

Por su parte González (2014), considera que la gastronomía es el arte de la preparación de alimentos cuya finalidad es la nutrición del hombre, esta tiene vertientes como el deleite y la creatividad, siempre con el cuidado de ofrecer al cliente alimentos de la mejor manera posible. Es el estudio de la relación entre la cultura y comida y la conjugación de aspectos culinarios y culturales que identifican a una comunidad.

Confirman lo anterior Oxford University Press (2015) y Reyes-Uribe et al. (2017), quienes la definen como el estudio de la relación entre comida, cultura, arte y ciencia y exponen que se sustenta en las ciencias naturales como la química, la física y la biología y las ciencias sociales y humanísticas.

La gastronomía es un concepto amplio pues abarca aspectos como la creación, la preservación y el placer. También contribuye al desarrollo civilizador de los pueblos y forma parte de la definición religiosa, filosófica, sociológica y cultural; de ahí, que sea una práctica inherente a todas las culturas humanas, desde la antigüedad hasta la actualidad y comprende el estudio de la relación entre la comida y la cultura, abarcando aspectos como la preparación, presentación y consumo de los alimentos (Ayora, 2010 y AcleMena, et al., 2020).

A la gastronomía también se le acuña desde 1765 el término restauración, año en que un empresario francés de apellido Boulanger abrió en París una casa de comidas, y colocó en el frente un cartel en latín en el que se podía leer: “Venis ad me omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos” que traducido al español decía “Venid a mí los que tenéis el estómago vacío que yo los restauraré” (Nebreda, 2022).

Se puede concluir que la gastronomía se enfoca en la apreciación de la alimentación y la nutrición como una forma de expresión cultural y diversidad culinaria que tiene en cuenta no solo los ingredientes, las técnicas y tradiciones culinarias, sino además los factores económico-sociales y medioambientales, los cuales pueden incidir en la forma de alimentarse de las personas e incluso modificar sus hábitos alimentarios (Espinosa et al., 2021).

En consonancia con lo anterior, hoy la gastronomía se enfrenta a un nuevo modelo de cliente, un cliente informado, con nuevas necesidades que cubrir, y que aboga por ofertas que estén a tono con las tendencias actuales de la restauración, las cuales pueden resumirse en las denominadas cuatro eses, (saludables, satisfactorias, solidarias y sostenibles) que combinan la explosión de sabores y aromas, bienestar, respeto hacia el medioambiente y erradicación de la pobreza (Ansón, 2017):

- **Saludable:** sin afectar aspectos nutricionales con los avances científicos. Se pone de manifiesto en los principios de la “nueva cocina” que promueve el

consumo de alimentos frescos, naturales, bajo en grasa, con preferencia de carnes blancas y la elaboración de ofertas bajas en sal y azúcar.

- Satisfactoria: comer bien es un regalo del que debemos disfrutar al máximo. Se sustentan en menús sensorialmente placenteros, con contraste de colores, sabores y texturas.
- Solidaria: con el fin de combatir el hambre. Se requiere que los alimentos sean asequibles a todas las personas, como un recurso para promover valores como la justicia y equidad al apoyar a las comunidades rurales.
- Sostenible: respetuosa con el medioambiente y que atienda al factor de proximidad. Es una dinámica en la que el consumidor consume alimentos frescos, de estación, locales y quién los produce los hace en condiciones más justas, de acuerdo con las temporadas y en tal volumen y variedad que no estresa el entorno en el que se produce. De esta forma se establecen vínculos más estrechos entre productores y consumidores, y se evita intermediarios además de reactivar economías locales. En este grupo se encuentran los denominados "km 0", que promocionan la compra y el consumo de productos agrícolas y ganaderos de proximidad, contribuyendo de esta forma al cuidado del medio ambiente, la lucha contra el cambio climático y el apoyo a los productores locales y los consumidores.

1.2 Sostenibilidad. Consideraciones generales

El desarrollo económico a nivel mundial ha llevado a que la humanidad haga un uso indiscriminado de los recursos, motivo por el cual la sociedad ha tomado conciencia de la necesidad de desarrollar proyectos empresariales que respondan no solo a lo económico sino también al impacto social y ambiental (Porrás Barajas, 2017).

En este sentido surge el concepto de desarrollo sostenible en 1987, creado por la Comisión Mundial de Ambiente y Desarrollo con el nombre "Nuestro Futuro Común", enfocado solamente al aspecto medioambiental y modificado posteriormente considerando la economía y la sociedad. En dicho concepto se describe al desarrollo

como la forma de enfrentar los requerimientos actuales sin comprometer "la habilidad de las futuras generaciones para afrontar sus propias necesidades" (World Commission on Environment and Development, 1987).

En consonancia con lo anterior, Folgado (2016) y Serrano y Cazares (2019) declaran que la sostenibilidad debe ser por tanto una responsabilidad mundial de todos los individuos y no solo de las grandes empresas, la cual debe lograr el equilibrio entre el crecimiento económico, cuidado medio ambiental y bienestar de la población y garantizar las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Confirman lo anterior Garzón y Bellón (2021), al exponer el término de sostenibilidad como la capacidad de integrar el aspecto ambiental, económico y social en pro de la mejora en calidad de vida.

Achkar (2005) y Carro et al., (2017) refieren que la sostenibilidad se analiza desde cuatro dimensiones que interactúan entre sí, la ambiental, la social, la económica y la institucional

1. Sostenibilidad ambiental: Se centra en la preservación de la biodiversidad sin renunciar al progreso económico y social.
2. Sostenibilidad económica: Es la capacidad de la organización para administrar sus recursos y generar rentabilidad de forma responsable.
3. Sostenibilidad social: Promueve el bienestar y la calidad de vida a raíz del impacto que tienen las actividades humanas en la comunidad.
4. Sostenibilidad institucional: Es la obligación que poseen las organizaciones de actuar de manera ética, transparente y sostenible en el cumplimiento de sus funciones en relación al medio ambiente y la sociedad.

Silvius y Tharp (2013) plantean que es evidente la importancia de la sostenibilidad institucional y la necesidad de crear conciencia en las empresas para la búsqueda

de “estrategias corporativas con indicadores de gestión que incorporen el marco de la sostenibilidad, dado la preocupación por los efectos negativos que la sociedad está ocasionado al planeta y su parte ambiental”.

Ratifica el planteamiento anterior González (2014), quien reconoce la necesidad de concientizar a las organizaciones sobre la importancia de la sostenibilidad institucional y como evidencia de ello, expone que en la actualidad la energía ha incrementado su valor y hay una gran escasez de recursos, lo que origina una tendencia al aumento de los costos empresariales, existe una preocupación por el impacto en la naturaleza y los riesgos para la sociedad del cambio climático, y respecto a los clientes hay una tendencia hacia el consumo de productos verdes y son más exigentes en cuanto a la transparencia de los procesos.

De la información recopilada se puede inferir que la sostenibilidad es un tema que ha copado la agenda de diversos países por su relevancia en la preservación del medio ambiente; de ahí, que sea necesario que los gestores de proyectos empresariales asuman este reto y minimicen el impacto de sus operaciones mediante el empleo de energías limpias, materiales biodegradables y economía circular para un adecuado aprovechamiento y reutilización de los recursos. Las empresas han de concebir una nueva forma de operar, perfeccionando su marca gracias a la innovación, considerando el bienestar y la productividad del personal, dando como resultado que se genere lealtad en el cliente y se aumente el valor de los activos

1.3 Gastronomía sostenible

Cuando se unifican los fines de la gastronomía y de la sostenibilidad se obtiene como resultado el aprovechamiento de recursos naturales y de recursos de temporada que, a su vez, derivan en productos con gran creatividad, variedad de ingredientes y de técnicas culinarias.

De modo que se puede decir que la gastronomía sostenible es un sistema de producción de alimentos en donde el valor primordial es la aportación al medio en el que se lleva a cabo la producción y el consumo, ya sea reduciendo el impacto sobre el medio ambiente, mejorando el sistema de comercio con los productores y

proveedores, ofreciendo mejores condiciones de trabajo a los trabajadores o teniendo el máximo aprovechamiento de los recursos que ofrece la naturaleza sin intervenir en los procesos naturales de agricultura (González, 2014).

Osorio y Castillo (2011) refieren que la gastronomía sostenible tiene gran impacto en la comunidad y la economía local mediante la regeneración del desarrollo de los pueblos gracias a la interacción entre comunidades urbanas y rurales; asimismo se incentiva al empleo, se mantiene el dinero dentro de la comunidad, y se mejora el comercio con productores cercanos de los alrededores. Adicionalmente impacta en el turismo sobre la autenticidad gastronómica y el bienestar comunitario.

De acuerdo con Schlüter (2003), los beneficios de la gastronomía sostenible se dan en todos sentidos: al eliminar la intermediación, los productores pueden vender de forma directa sus productos y aumentar sus ganancias; aumenta la comunicación entre el cliente y el productor para una mejor retroalimentación y para la adecuación a las necesidades de ambas partes.

En el año 2016, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), reconoció el 18 de junio como el Día de la Gastronomía Sostenible, como vía y necesidad de alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), expresión cultural relacionada con la diversidad natural y cultural del mundo. Amparado en lo descrito anteriormente, varios autores coinciden en que la gastronomía sostenible valoriza los productos, la cultura, la sociedad y el uso responsable de recursos naturales, permitiendo la unión del patrimonio natural y cultural. Es sinónimo de una cocina que tiene en cuenta el origen de los ingredientes, cómo se cultivan, cómo llegan a los mercados y finalmente a los platos (Buitrago y Chitiva, 2017; Montecino, 2016 y Aparicio, 2020).

González (2014) refiere que la gastronomía sostenible impacta directamente al medio ambiente, dado la reducción de contaminación por el traslado y por la disminución de empaques, y los incentivos a la producción de alimentos sin pesticidas. Para los consumidores, hay una mejora en la nutrición y la dieta gracias al consumo de alimentos frescos, además de que se tiene mayor acceso a información sobre la procedencia y manejo de los productos, e intercambio en la

forma de cocinar y en la preparación de los ingredientes En cuanto al factor social, estas iniciativas pretenden dar respuesta a las nuevas tendencias del mercado las cuales buscan alternativas que no tengan una repercusión negativa en el entorno.

Una fortaleza que emana de la implementación de la gastronomía sostenible es que jerarquiza la labor del productor y las riquezas de la naturaleza, ya que promueve ingredientes y productos de temporada. Como elemento fundamental para las generaciones del futuro, este modelo impulsa el uso eficiente de los recursos y la conservación del medio ambiente, en la aplicación permanente de técnicas de manejo sustentable. Las tradiciones locales pasan a ser uno de los mayores atractivos y los platillos preparados regionalmente son una expresión de la cultura local, impulsando los destinos gastronómicos (Vacas, 2017).

Para un adecuado control operacional se han de integrar en dichos controles las prácticas de producción más limpia (P+L) y de gestión de residuos y una adecuada gestión de los residuos peligrosos. La producción más limpia es la aplicación continua de una estrategia integrada de prevención a los procesos, productos y servicios, con el fin de aumentar la eficiencia ecológica y reducir los riesgos a la vida humana y el medio ambiente. La idea básica es reducir al mínimo los residuos y emisiones en la fuente en vez de tratarlos después de que se hayan generado y aprovechar los recursos eficientemente respetando el medio ambiente. Se apoya en las técnicas de mejoras en el proceso, buenas prácticas operativas, mantenimiento de equipos, cambios en la materia prima y de tecnología, y en el principio de las tres erres: reducir, reutilizar y reciclar (Isaac et al., 2017).

A estas tres erres también se le han ido sumando nuevos conceptos: la revalorización (de los recursos), la redistribución (de los ingresos) y la (mejora) de las relaciones. Después, se añadieron otras tres erres: resiliencia (capacidad de adaptación), reevaluación (de la escala de valores) y reestructuración (de la economía).

Expone Morales (2021) que la gastronomía sostenible, además de los beneficios tangibles a medir en los indicadores de sustentabilidad, mediante la economía circular y la reducción de la huella del carbono, por solo citar algunos ejemplos,

promociona el desarrollo agrícola, la seguridad alimentaria, la nutrición, la producción sostenible de alimentos y la conservación de la biodiversidad y promueve la protección del patrimonio y los valores culturales.

1.4 Restaurantes sostenibles. Una demanda del cliente actual

Varios autores abordaron el concepto de restaurante como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1

Definición de restaurante según diversos autores

Autores	Definiciones
Soler (1995)	Considera que el restaurante se compone de una diversidad de componentes como el mobiliario, el material, la decoración, el medio ambiente, el tipo de servicio, el personal, etc. Debe corresponder a las exigencias del mercado meta, cumpliendo con dos objetivos: el beneficio empresarial y la satisfacción de la clientela.
Gallego y Peyrolon (1999)	El Diccionario de Hostelería señala que es un establecimiento que sirve al público, mediante precio, comida y bebida para ser consumidas en el mismo local.
Gispert et al. (1999)	Establecimiento donde se sirven alimentos y bebidas. Funciona generalmente en las horas de comida y cena, mientras que los que se especializan en desayunos se les califica como cafeterías
Ariansen (1999).	Según el Diccionario Gastronómico de la Escuela de Alta Cocina del Instituto de los Andes, se define como “un establecimiento público de comida.
NC 126: 2001	Se define como aquel que está concebido para el servicio y consumo de alimentos equivalente a un desayuno, un almuerzo y/o una comida. Por lo general, la mayor parte de los platos que conforman el menú son elaborados en el propio establecimiento, aunque en algunos casos, se les da terminación a los productos que proceden de otros centros.
Dittmer (2002)	Establecimientos de servicios de alimentos, con un comedor abierto al público donde los alimentos pueden ser comprados o consumidos.
Rodríguez (2010)	Es un conjunto de características, de atributos tangibles (forma, tamaño, etc.) e intangibles (marca, servicios, etc.), que los clientes pueden adquirir con el fin de satisfacer sus necesidades.

Fuente: García et al. (2018).

A partir del análisis de estos conceptos, se puede concluir que un restaurante es un establecimiento gastronómico dedicado a la elaboración y servicio de alimentos y bebidas y cuyas características tangibles e intangibles deben satisfacer a los clientes que lo visitan.

Según Velasco (2019) los restaurantes ya no enfocan su atención exclusivamente en los alimentos, sino también en la forma de cultivo y producción de la materia prima bajo unos parámetros conocidos como FLOSS (Fresh, Local, Organic, Seasonal, Sustanaible), es decir, “Fresco, Local, Orgánico, Estacional y Sostenible”.

Refieren State y Popescu (2022) que en el contexto actual los clientes muestran una creciente inquietud por conocer la procedencia de los alimentos que consumen y las formas en las que se preparan, por lo que cada vez son más las personas que valoran que el restaurante que visitan sea respetuoso con el entorno, cuide el origen de los alimentos, recicle y separe los residuos, ahorre energía y valore a sus trabajadores. Situación que conllevó al surgimiento de los restaurantes sostenibles.

Un restaurante sostenible ha de contar con instalaciones y equipos que asuman las normas relacionadas con el medioambiente y la comunidad. De igual modo, en la búsqueda de una gastronomía sostenible que respete el entorno, así como las tradiciones culinarias, el confort de los comensales bajo criterios ambientales y una comida de alta calidad siempre debe visualizarse con el prisma del cuidado al planeta, a partir de cinco principios: alimentos locales o km 0, contacto directo con los productores, envases reciclables, pescados de acuicultura o de extracción respetuosa, y comercio justo (Velasco, 2019).

Para Velasco (2019), además se extiende el compromiso a los instrumentos de cocina, electrodomésticos de eficiencia energética, reducción de los residuos, métodos de cocción y conservación que minimicen el consumo de agua y luz. Además, alcanza a la arquitectura y se materializa en el eco diseño: paneles solares, climatización geotérmica, ventanales y claraboyas que permitan el acceso de luz natural, así como sistemas de control de ventilación y calefacción que adecúan la temperatura para alcanzar el máximo confort, disminuyan el gasto de los suministros al tiempo que aprovechen los recursos naturales.

Los restaurantes comprometidos con la sostenibilidad ofrecen ventajas económicas, por cuanto establecen procedimientos innovadores y tecnología de punta a fin de optimizar los beneficios que estos pueden obtener con respecto a la calidad de la materia prima, la eficiencia en el uso de energía, la reducción de residuos, entre otros (Iraldo et al., 2017 y Tommasetti et al., 2018).

Planteamiento similar exponen Montes de Oca-Calderón et al. (2020) al estimar que la implementación de prácticas sostenibles en los restaurantes obtiene una ventaja competitiva al atraer una base de clientes cada vez más consciente del medioambiente, generando lealtad y mejorando la reputación de la marca.

Al comunicar y educar a sus clientes sobre sus esfuerzos sostenibles, los restaurantes pueden tener un impacto significativo en las decisiones de consumo y promover una mayor conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad en la cadena alimentaria (Lee et al. 2020).

Al respecto, Carrillo et al. (2021) indican que la sostenibilidad es un tema complejo tanto de entender como de aplicar debido a que el sector de restaurantes no tiene una definición bien delimitada de lo que es la sostenibilidad. Asimismo, no se tiene mucho conocimiento sobre cómo el personal de restaurantes practica medidas de sostenibilidad en sus actividades diarias o como lidian con imprevistos; por ello, la responsabilidad de mantener un sistema sostenible requiere el uso de un sistema de gestión bien estructurado, de un personal bien entrenado y de un gerente capaz y con experiencia suficiente para desempeñarse de manera correcta.

Deniz y Nájera (2023) ratifican que para alcanzar la sostenibilidad en los restaurantes, la adopción de medidas como la incorporación de ingredientes locales y de temporada, el hacer más eficientes los recursos, la gestión de residuos y la promoción de opciones de menú más amigables con el medioambiente, puede contribuir de manera significativa a la reducción de su impacto ambiental.

1.4.1 Restaurantes sostenibles: Requisitos a cumplir

Declara Supercash (2020) que en una sociedad cada vez más concienciada con el cuidado del medio ambiente, es importante entender que los restaurantes sostenibles deben introducir una serie de cambios en cuanto a los aspectos sociales económicos y medioambientales, por tanto, han de enfocarse en tres elementos fundamentales:

1. El ahorro de energía y recursos debe ser una prioridad (la adecuada gestión del gasto energético resulta beneficiosa no solo para el medio ambiente, sino también para el rendimiento económico del propio restaurante).
2. El uso de envases reutilizables (hay que dejar de lado los envases no reciclables, que resultan muy agresivos para el medio ambiente y todos los empleados deben interiorizar los valores de sostenibilidad y contribuir de manera activa a separar los residuos de forma adecuada),
3. El conocido mercado de cercanía (ser un restaurante sostenible no implica únicamente ahorrar recursos y reciclar, hay que comprometerse en firme con proveedores cercanos a la hora de adquirir las materias primas).

Expresa también lo que denomina “los seis mandamientos” de los restaurantes sostenibles: Estos son: ahorro de energía, reciclaje, economía local, comida saludable, cocina de aprovechamiento (trash cooking) y consumo de agua eficiente. Considera que ser un restaurante sostenible no es absolutamente complicado, solo se trata de aplicar una serie de acciones concretas, basadas en los indicadores siguientes.

- Gestión de recursos

Los residuos orgánicos acaban en su mayor parte en vertederos. El tratamiento de la basura requiere de una gran cantidad de energía. Se estima que por cada kilo de basura se generan alrededor de tres kilos de CO₂. Una buena alternativa es transformar los residuos orgánicos en energía.

- Consumo racional de agua

Según las previsiones que se manejan en la actualidad, el consumo de agua en todo el mundo aumentará en un 30 % en apenas una década. Como restaurante sostenible, es fundamental que no se desperdicie el agua. Es posible poner en marcha una serie de acciones como la instalación de grifos con sensores de movimiento o utilizar el lavavajillas solo cuando esté lleno.

- Movilidad sostenible

La movilidad sostenible se define como una serie de acciones enfocadas a mejorar la calidad del entorno con los desplazamientos. Por lo tanto, para llegar al restaurante es esencial promover el uso del transporte público entre los trabajadores y clientes. Se puede instalar un parqueo para bicicletas, incentivando así el uso de este medio de transporte.

- Eficiencia energética

Por supuesto, las medidas de eficiencia energética son claves: ahorro de agua, uso de lámparas LED, reducir el gasto eléctrico, etc. El mantenimiento preventivo de todos los equipos e instalaciones también resulta básico.

- Carta con productos saludables

La cocina vegetariana y vegana está cada vez más extendida en la sociedad. Un restaurante sostenible debe ofrecer este tipo de alternativas, con platos ligeros, deliciosos y creativos.

- Implicación social

Los consumidores actuales se caracterizan por ser muy exigentes. Demandan productos locales, de forma que el restaurante debe confiar en proveedores locales para adquirir las materias primas. Un restaurante sostenible es sinónimo de éxito en la actualidad, teniendo en cuenta que los usuarios actuales están cada vez más concienciados por el cuidado del planeta y por el cambio climático.

1.4.2 La certificación de los restaurantes sostenibles

Un certificado de sostenibilidad constituye un documento oficial que avala el cumplimiento de una serie de estándares vinculados con el medio ambiente, la sociedad, la ética y los alimentos. Pueden ser utilizados para distinguir a las empresas y productos que cumplen con altos estándares de sostenibilidad, ayudando a los consumidores y otras partes interesadas a tomar decisiones certeras y apoyar a aquellos que se esfuerzan por operar de manera responsable y sostenible. Contienen criterios específicos establecidos por organizaciones internacionales, gubernamentales u otras entidades especializadas en el tema. Son de carácter voluntario y se evalúan por entidades externas a la organización (GRCTools, 2022).

Al obtener un certificado de sostenibilidad, una entidad demuestra su compromiso con el medio ambiente, la responsabilidad social y la adopción de prácticas sostenibles. Puede incluir acciones como la reducción de emisiones de carbono, el uso eficiente de recursos naturales, el apoyo a la localidad, la promoción de la igualdad y al mismo tiempo aporta múltiples beneficios a la entidad: mejora la credibilidad, así como reducción de costos operativos (SINTAC, 2023).

Desde finales de los años 80, del pasado siglo, con las etiquetas ecológicas y otras certificaciones para alimentos orgánicos, se han desarrollado un gran número de certificaciones de sostenibilidad, encontrando en los últimos años un gran avance en esta materia, ya que el número de este tipo de certificaciones se ha incrementado debido al creciente reconocimiento de la importancia de la sostenibilidad ambiental y empresarial. Algunos de los certificados aplicados en restaurantes se relacionan a continuación (GRCTools, 2022).

Basado en normas ISO

- ISO 14001: Establece los requisitos para implementar y mantener un sistema de gestión ambiental eficiente en una organización. Este certificado de sostenibilidad se enfoca en la constante mejora de las prácticas ambientales y en la reducción de los impactos negativos en el entorno.

- ISO 26000: Establece los principios, prácticas y materias fundamentales para la implementación práctica de la responsabilidad social de una organización y su contribución al desarrollo sostenible
- ISO 22000: Define los requisitos que debe cumplir un Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria para asegurar la inocuidad de los alimentos a lo largo de toda la cadena alimentaria “desde la granja hasta la nevera”.
- ISO 14046: Ofrece la posibilidad de evaluar la huella hídrica en forma de un estudio individual en el que solo se tenga en cuenta el impacto medioambiental relacionado con el agua.
- ISO 14067: Se centra en la cuantificación y comunicación de la huella de carbono de un producto.

Certificaciones de instalaciones

- Certificados LEED: Fue creado en 1990 en los Estados Unidos a través del U.S. Green Building Council, para fomentar la realización de edificaciones que cumplieran con una serie de criterios para la eficiencia energética. Evalúa cinco áreas de la instalación: emplazamiento sostenible, protección y eficiencia del agua, eficiencia energética y energías renovables; de la puntuación obtenida en el recuento, se establece una serie de puntos que determinan el nivel de certificación del edificio: Certificado, Plata, Oro y Platino.
- Certificados VERDE: Este tipo de certificación nace en España y tiene como finalidad preestablecer los objetivos a lograr en la instalación, utilizando indicadores métricos como kw/h de energía ahorrada, toneladas de CO₂ emitidos por el inmueble, etc. El objetivo de VERDE es analizar el impacto ambiental que tendrá un inmueble durante todo su ciclo de vida (50 años según la normativa vigente). De esta manera se puede llegar a saber cuál ha sido el ahorro energético obtenido en materia de agua, energía, salud del usuario y emisiones CO₂.

- **Certificados WELL:** Permite monitorizar las características sostenibles tanto de edificios, como de espacios comunes, y se centra exclusivamente en la salud y confort de los usuarios. El Well Building Standard tiene en cuenta los siguientes conceptos a la hora de valorar el inmueble: calidad del aire y ventilación, calidad del agua, disponibilidad de una alimentación saludable, calidad de la iluminación, confort térmico, control del ruido, uso de materiales no contaminantes, diseños de espacios que mejoren la salud emocional y cognitiva, así como la creación de una comunidad inclusiva e integrada tanto de forma social, como organizacional y de ocio.

Certificaciones de producto y procesos

- **De la cuna a la cuna (Cradle to Cradle):** Se basa en la economía circular y la sostenibilidad de productos. Evalúa todo el ciclo de vida de un producto y lo hace desde su diseño hasta su eliminación, con el objetivo de que sea lo más seguro y sostenible posible.
- **Sostener (Sustain) (Sustainable Restaurant Association):** Evalúa diferentes aspectos del restaurante en relación con la sostenibilidad, incluyendo: abastecimiento responsable, reducción de residuos, eficiencia energética y agua, así como comunidad y sociedad.
- **Triple A (Eco-Restaurant Association):** Se otorga a los restaurantes que cumplen con altos estándares de sostenibilidad en su operación, determinado por alimentación sostenible, ambiente saludable y acción social.

Certificaciones más aplicadas en el ámbito de restauración

- **Cocina ecológica (EcoCook):** Es una entidad de origen suizo que ofrece servicios de consultoría, capacitación, análisis y evaluación orientados a negocios de restauración Su punto de mira está en la protección de los ecosistemas, el respeto animal, los estilos de vida saludables y la gestión responsable.

- **Biosfera (Biosphere):** Las certificaciones de Biosphere se despliegan en un abanico especializado para diferentes ámbitos de actividad relacionados con el sector turístico, entre ellas su certificación para restaurantes en dos fases (Committed cuando solicitas la auditoría y Certified cuando cumples con los criterios). Este sello incorpora formaciones prácticas en un concepto de mejora continua relacionadas con la sostenibilidad de restaurantes.
- **Estrella Verde de la Guía Michelin:** es una distinción anual que destaca a los restaurantes más punteros en lo que a prácticas sostenibles se refiere. Al proponer una experiencia gastronómica que reúna excelencia y ecorresponsabilidad, basado en el abastecimiento lo más cerca posible del restaurante, el respeto a la tierra y el trabajo de los agricultores y ganaderos, así como tener un impacto positivo en la economía local (Guía Michelin, 2023).

1.5. La sostenibilidad. Beneficios de su aplicación

Cada vez más organizaciones son conscientes de que ser sostenible va más allá de un gesto para proteger el medioambiente, ya que tiene además un beneficio para la estrategia a largo plazo de la empresa, sus clientes y otras partes interesadas en el negocio.

La sostenibilidad no es un fenómeno nuevo, pero la aceleración de la conciencia social y cultural en los últimos años ha hecho que se convierta cada vez más en un objetivo para las compañías. Mejora la imagen y reputación de una marca lo que influye positivamente en los resultados de la compañía. Favorece la atracción del talento y retención de los empleados, es más probable que los empleados trabajen para una organización cuyos principios y prácticas estén alineados con los suyos. El estudio HeforShe reveló que, entre la Generación Z, solo uno de cada cinco trabajaría para una empresa que no comparte sus valores. Los consumidores (especialmente los pertenecientes a la Generación Z y los Millennials) aseguran que se decantan por aquellas marcas que tienen un propósito de fondo y defienden la sostenibilidad. Ofrece una oportunidad importante para que las empresas vayan a la vanguardia y obtengan ventajas competitivas frente al

resto de organizaciones. También el desarrollo de prácticas de negocio relacionadas con la sostenibilidad va ligado a operaciones más eficientes que optimizan los recursos y esfuerzos de los empleados. Es cierto que conseguir que un negocio sea más sostenible requiere una inversión inicial, pero, pasado el tiempo, se produce una reducción de costos y un aumento de la productividad. El estudio de Ernst and Young's establece que cerca el 50% de los programas de RSC producen un retorno de la inversión positivo (Pérez, 2022).

Según Oportus (2022), aparte de lo obviamente positivo que es apoyar al medio ambiente, convertirse en un restaurante sostenible aporta otra serie de beneficios:

- Aumenta la base de cliente: Al compartir su estrategia de sostenibilidad con el público, la gente se sentirá más obligada a probar su restaurante, como mínimo, y a convertirse en clientes fieles, como máximo. Ya sea que tengas más presencia online en una app de delivery para restaurantes o tengas más fama a nivel presencial, llegarán más clientes.
- Compromiso de los empleados: La gente no sólo quiere gastar su dinero de forma sostenible, sino que también quiere ganarlo de forma sostenible. Tener una fuerte conciencia social puede aumentar significativamente la moral, la motivación y la retención del personal, ya que se sentirán orgullosos de que su trabajo contribuya a una causa positiva. También puede hacer que se comprometan más con su marca. Incluso si finalmente se van a trabajar a otro sitio, es probable que vuelvan como clientes.
- Mejora de la concienciación: Aunque el impulso de la sostenibilidad ocupa un lugar destacado en los medios de comunicación en estos días, algunas personas no son conscientes de los hechos y de cómo hacer un cambio real. Sus prácticas sostenibles pueden servir de ejemplo positivo e inspirador para aquellos que no saben por dónde empezar y por qué es un tema importante. Incluso algo tan simple como incluir datos en el menú es suficiente para hacer que la gente piense.
- Un mejor menú: Hablando de su menú, el abastecimiento sostenible de alimentos puede conducir a un menú mucho más refinado, variado y de alta

calidad. Puede costar un poco más mejorar los ingredientes, pero, como hemos aprendido antes, los clientes están más que dispuestos a pagar por una comida sostenible.

- Mejora la cadena de suministro: Una estrategia sostenible consiste en acortar la cadena de suministro para reducir la huella de carbono. Esto no sólo puede proporcionarle una mayor visibilidad de la cadena y ayudar a prevenir el fraude alimentario (que puede suponer un grave coste para su negocio), sino que también tiene eco en muchos clientes que quieren apoyar a las empresas y comunidades locales. También puede mejorar la calidad de los ingredientes. Esto, a su vez, puede hacer que los comensales se sientan aún más satisfechos con su comida y sean más propensos a recomendarla y a volver.

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA INSTALACIÓN

2.1 Metodología de Investigación

La presente investigación se llevó a cabo desde abril a julio del presente año (2024) y tuvo como referente los principios de la metodología de investigación.

2.1.1 Tipo de Investigación

La investigación es un proceso que mediante la aplicación del método científico procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento (Perelló, 2010). Dicho autor plantea que cuando se habla de investigación, se hace referencia a la búsqueda planificada y sistemática de conocimientos o confirmaciones dentro del campo de la ciencia, que revisten importancia para el objetivo trazado.

A decir de Hernández et al. (2010), la investigación científica se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva.

Diversos criterios para clasificar las investigaciones científicas según refieren Cerezal y Fiallo (2002), Cortés e Iglesias (2004), Hernández et al. (2014) y Gallardo (2017), se relacionan en la Tabla 2.

De igual forma, la investigación tiene un carácter no experimental transversal, pues se analizó la situación actual del fenómeno objeto de estudio en un punto del tiempo (Hernández et al., 2014).

La presente investigación según su alcance, además de ser descriptiva, es también de tipo exploratoria, atendiendo a lo reportado por Cortés e Iglesias (2004) quien declara que las descriptivas son aquellas que buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Describen situaciones, eventos o

hechos, recolectando datos sobre una serie de cuestiones y se efectúan mediciones sobre ellas. Su propósito es obtener información exacta y completa, a modo de diagnóstico, las exploratorias tiene como propósito examinar un tema de investigación que no se ha abordado con antelación o del cual se tienen muchas dudas, recabar información para resolver un problema; fundamentar una hipótesis y depurar estrategias.

Tabla 2

Clasificación de las investigaciones

Criterios de clasificación	Tipos de investigación
Nivel o alcance	<ul style="list-style-type: none"> • Exploratoria • Descriptiva • Correlacional
Diseño	<ul style="list-style-type: none"> • Documental • De campo (o diseño de campo) • Experimental
Propósito	<ul style="list-style-type: none"> • Pura o básica • Aplicada
Naturaleza de las variables	<ul style="list-style-type: none"> • Cualitativa • Cuantitativa • Mixta
Fuente de información	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Mixta

Atendiendo a su diseño, la investigación realizada es documental y de campo. En el primer caso por la búsqueda, análisis e interpretación de la información obtenida de diversas fuentes documentales y en el segundo por la indagación realizada, empleando como técnica para la recolección de datos la observación participativa.

Respecto al propósito de la investigación, la misma se clasifica como aplicada, puesto que utiliza los postulados teóricos del objeto de estudio para realizar valoraciones del fenómeno en la práctica.

Por otra parte, la investigación se clasifica como mixta por su naturaleza y fuente de información. Se utilizaron datos cualitativos derivados de fuentes secundarias para conformar el marco teórico y caracterizar el objeto de estudio (información bibliográfica y documental), y se realizaron entrevistas a conocedores en la temática (fuente primaria), cuyas respuestas se analizan a través de la estadística descriptiva y se hacen valoraciones numéricas de las mismas.

2.1.2 Métodos de investigación empleados

Para desarrollar esta investigación se emplearon tanto métodos teóricos como empíricos de acuerdo con Hernández y Coello (2008):

Métodos de orden teórico

Análisis y síntesis

Este método fue útil en la elaboración de las bases teóricas conceptuales. Permitió analizar la información obtenida de la literatura especializada y concretarla a través de la síntesis, para poder cumplir con el objetivo de la investigación y satisfacer la idea a defender planteada.

Histórico-lógico

Se empleó para conocer el criterio de diferentes autores sobre la sostenibilidad en la restauración, al mismo tiempo que se establecen sus antecedentes y evolución con una perspectiva lógica.

Sistémico

El método permitió el razonamiento organizado, y la consecución lógica de las entradas y salidas de la información recopilada. Posibilitó armonizar la información y

determinar las principales interrelaciones entre los elementos que tributan a la sostenibilidad.

Hipotético-deductivo

Facilitó a partir de la argumentación bibliográfica y la metodología empleada desarrollar las diferentes etapas de la investigación e inducir a partir de los resultados obtenidos la situación que presenta el restaurante “Fabio” y proponer las acciones a tomar en materia de sostenibilidad.

Métodos de orden empírico

Análisis bibliográfico y documental

Bibliográfico porque permitió a partir de la revisión de diversas fuentes bibliográficas obtener la información necesaria para concebir el marco teórico de la investigación y obtener los diferentes requisitos que rigen la sostenibilidad. También documental pues esa técnica de investigación cualitativa posibilita recopilar y seleccionar información a través de documentos, manuales, libros, revistas y otros.

Encuesta (entrevista)

La entrevista semiestructurada se basa en una guía de preguntas, pero la manera de formular las mismas no está estandarizada, por lo que el entrevistador puede añadir otras interrogantes con el objetivo de profundizar sobre algún aspecto en particular (Espinosa, 2014).

Encuesta (cuestionario)

El cuestionario contiene un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población en estudio, con el fin de obtener información cognitiva y estados de opinión sobre el objeto de estudio.

Observación (lista de chequeo)

La observación constituye un método de recopilación de datos que consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, de un objeto o fenómeno dado. La observación directa exige la

presencialidad del investigador en el momento y lugar dado en que ocurre la situación, permitiendo capturar datos en tiempo real y en su contexto natural.

Mediante el formato de lista de chequeo se lleva un control de las tareas o acción que debe realizar una organización, así como verificar el cumplimiento de una lista de requisitos. Fue necesario a la hora de comprobar la implementación de prácticas sostenibles en dicho restaurante.

Métodos estadísticos

Con el objetivo de analizar los resultados se empleó la estadística descriptiva (frecuencia y porcentaje), el cálculo del Índice alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad de la encuesta, y la estadística no paramétrica (la prueba de Kruskal Wallis para comparar tres o más grupos independientes en una variable dependiente continua, y la de Mann-Whitney para comparar dos grupos independientes en una variable dependiente continua).

El procesamiento de los datos obtenidos se realizó a través del programa estadístico “Statistic Program for Social Sciences” (SPSS) para Windows (versión 24.0, 2016).

Diagrama de Pareto como herramienta gráfica permitió identificar y priorizar los problemas o causas más importantes en un conjunto de datos, basándose en el principio (80:20), de que un pequeño número de causa suele ser el responsable de la mayoría de los problemas.

2.1.3 Procedimiento metodológico

Con la finalidad de cumplir con los objetivos de la presente investigación, se desarrolló el siguiente procedimiento de trabajo que consta de seis etapas, las cuales se describen a continuación:

Etapas 1: Fundamentación teórica de la investigación.

Etapas 2: Caracterización general de la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A., su Sucursal Centro y el restaurante Fabio.

Etapa 3: Determinación del contexto actual de la sostenibilidad en la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A.

Etapa 4: Determinación del conocimiento sobre sostenibilidad de los vecinos aledaños en la instalación objeto de estudio.

Etapa 5: Elaboración y validación de la lista de chequeo a aplicar en el restaurante Fabio.

Etapa 6: Evaluación de los requisitos de sostenibilidad en la instalación. Propuesta de acciones.

Etapa 1. Fundamentación teórica de la investigación

La primera etapa consistió en la búsqueda de información bibliográfica para fundamentar el marco teórico-conceptual del tema tratado en la investigación. Se consultaron diversas fuentes relacionadas con la sostenibilidad en entidades de la restauración. Se empleó el método análisis y síntesis para analizar y resumir la información recopilada, el método histórico-lógico para abordar la evolución de la sostenibilidad y su aplicación en el sector gastronómico, y método sistémico para lograr el razonamiento organizado, y la consecución lógica de las entradas y salidas de la información recopilada.

Etapa 2. Caracterización general de la Empresa Extrahotelera Palmares S.A., su Sucursal Centro y el restaurante “Fabio”

Con el objetivo de realizar una caracterización general de la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A., su Sucursal Centro y el restaurante Fabio se llevó a cabo una revisión documental. Se analizaron diferentes documentos como el Manual General de Organización de la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A. y el Manual de Identidad de la Unidad Empresarial de Base de Palmares sucursal Centro. Además fueron entrevistados en el Restaurante el jefe de Instalación y Especialista de Calidad (Anexo 1).

Etapa 3. Determinación del contexto actual de la sostenibilidad en la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A.

Fueron entrevistados la Especialista principal de Operaciones de Palmares, S.A con el objetivo de obtener información relevante sobre la empresa y su involucramiento con la sostenibilidad (Anexo 1).

Etapas 4: Determinación del conocimiento sobre sostenibilidad de los vecinos aledaños en la instalación objeto de estudio

Para conocer el estado actual de aplicación de la sostenibilidad en el restaurante Fabio se aplicó un cuestionario a pobladores de los alrededores del Fabio en aras de obtener información sobre su conocimiento o no de la implementación de prácticas sostenibles en el restaurante (Anexo 2). Para ello, se tuvo en cuenta la Circunscripción 35 del Consejo Rampa, a la cual pertenece el restaurante, y que comprende el área entre la calle 15 hasta la 19 y desde la calle J hasta G.

El muestreo realizado fue de tipo probabilístico, con un 90 % del nivel de confianza y un margen de error del 10 %, considerando como población 700 habitantes, según información aportada por la presidenta de dicha circunscripción, tal como se refleja en la Tabla 3.

Tabla 3

Ficha técnica sobre la aplicación del cuestionario dirigido a los vecinos

Ficha técnica	
Población	700
Tamaño muestral	65
Nivel de confianza	90%
Error muestral	10%
Probabilidad de ocurrencia	0.5

Fuente: Sample Size Calculator (2020)

El cuestionario fue elaborado en Google Forms y distribuido a la gran mayoría de los pobladores mediante código QR, mientras que el procesamiento de los datos se realizó mediante el SPSS versión 24.0, 2016.

Se comprobó la confiabilidad del cuestionario a partir del coeficiente Alfa de Cronbach, índice de consistencia interna que toma valores entre 0 y 1. Para su interpretación se consideró lo reportado por (George y Mallery, 2003) (Tabla 4).

Tabla 4

Recomendaciones para evaluar el coeficiente alfa de Cronbach

Coeficiente alfa de Cronbach	Nivel de competencia
Coeficiente alfa > 0.9	excelente
Coeficiente alfa > 0.8	bueno
Coeficiente alfa > 0.7	aceptable
Coeficiente alfa > 0.6	cuestionable
Coeficiente alfa > 0.5	pobre
Coeficiente alfa < 0.5	inaceptable

También se aplicaron las pruebas de H Kruskal-Wallis y de U de Mann-Whitney para determinar la incidencia del sexo, edad y nivel escolar en las respuestas obtenidas ($p < 0,05$).

Etapas 5: Elaboración y validación de la lista de chequeo a aplicar en el restaurante Fabio

La lista de chequeo se realizó a partir de la información consultada en diferentes organizaciones internacionales encargadas de otorgar certificaciones ambientales y de gestión empresarial sostenible como lo son la norma ISO 14000, Leadership in Energy and Environment Design (LEED), el programa Green Restaurant Association (GRA) en Estados Unidos, el sello "Restaurante Sostenible" en España, Ecocook, y la "Estrella Verde Michelin" otorgada por dicha Guía, con el objetivo de obtener algunos de los requisitos imprescindibles establecidos en sus metodologías para declarar la sostenibilidad. Otros requisitos fueron agregados también por el propio autor al considerarlos esenciales para la observación.

Con la finalidad de obtener la validación, y ante la falta de instituciones cubanas capaces de patentizar la metodología empleada en la elaboración de los requisitos en la lista de chequeo, se decidió determinar la condición de los expertos, a un

grupo de conocedores del tema mediante la aplicación de la prueba de experticia que se muestra en el Anexo 3 (Cruz, 2020). Para ello, se determinará el coeficiente de competencia o experticia (K), mediante la fórmula $K = \frac{1}{2} (K_c + K_a)$, donde K_c es el coeficiente de conocimiento y K_a es el coeficiente de argumentación. Este último se elaboró a partir de las respuestas dadas por los posibles expertos y los valores que se presentan al final del Anexo 3. Se tomó como criterio de selección los que tuvieran un coeficiente de experticia medio o alto, según los rangos que se reportan en la Tabla 5.

Tabla 5.

Nivel de competencia según el coeficiente de experticia.

Valor de K	Nivel de competencia
$0 \leq K < 0,5$	Bajo
$0,5 \geq K < 0,80$	Medio
$0,80 \geq K \leq 1,00$	Alto

Etapas 6: Evaluación de los requisitos de sostenibilidad en la instalación.

Propuesta de acciones

Los resultados se procesaron mediante la estadística paramétrica (cálculo de frecuencia y porcentaje).

Para determinar el criterio de sostenibilidad se tomó como referencia información de las organizaciones de las cuales se obtuvieron los requisitos.

El Diagrama de Pareto se empleó para identificar los vitales y triviales que afectan el escenario actual de la materia estudiada en el restaurante Fabio. Una vez calculado, se procedió a la sugerencia de acciones de mejora

2.2 Caracterización de la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A.

La Empresa Extrahotelera Palmares, S.A, fue creada el 1ro de noviembre del 2004 como organismo encargado de toda la actividad extrahotelera del país. El nombre de

Palmares se debe a que era la única institución, de las marcas ya existentes, que contaba con prestigio y representación en el extranjero.

En la actualidad cuenta con 17 sucursales en todo el país, menos en la Isla de la Juventud, y dirige más de 678 instalaciones. La Habana, por tener una elevada complejidad administrativa y con el objetivo un mayor control de la operación diaria, posee 2 sucursales.

Misión

Brindar auténticos y diversos servicios turísticos, recreativos, gastronómicos, de arte y entretenimiento, promocionando y comercializando la historia, la cultura y la naturaleza para satisfacer las necesidades de quienes nos visitan con profesionalidad y eficiencia.

Visión:

Ser el producto gastronómico, recreativo, de naturaleza, cultural y entretenimiento reconocido por los altos estándares de calidad y eficiencia, que satisface las preferencias temáticas más diversas y especializadas como centro de referencia en Cuba y su entorno competitivo.

Objeto social

1. Establecer y operar restaurantes, cafeterías, bares, centros nocturnos, cabaré, sala de fiestas, discotecas, centros de entretenimientos, recreativos y de ocio, en locales propios o arrendados, tanto en Cuba como en el extranjero, en asociaciones, franquicias u otras modalidades.
2. Establecer y operar tiendas especializadas en la venta de bebidas, licores, confituras, tabacos y café.
3. Establecer y operar tiendas para la venta de panes y dulce.
4. Dar aseguramiento a eventos de todas clases, así como brindar servicios gastronómicos a representaciones extranjeras, entidades nacionales y personas naturales fundamentalmente extranjeras.
5. Efectuar la comercialización minorista de artículos de artesanías, productos musicales y otros productos complementarios al servicio principal que se brinda en las instalaciones.

6. Comercializar y administrar servicios de alojamiento tanto propios como de otras entidades, asociados con las instalaciones multipropósito que por sus características así lo requieran.
7. Comercializar actividades recreativas, acorde con la política establecida por el país al respecto, operando instalaciones tales como: acuarios y delfinarios, con juegos de mesa y electrónicos, clubes de golf y para jugar tenis, parques acuáticos recreativos y temáticos, actividades náuticas, caza para la pesca deportiva en aguas interiores y actividades socioculturales.
8. Prestar servicios de renta de motocicletas y bicicletas a turistas y visitantes extranjeros.
9. Brindar servicios de adiestramiento y práctica de paracaidismo, vuelos de delta planos y otras actividades deportivas similares, así como entrenamientos afines a estos servicios.

Servicios turísticos

Entre los servicios turísticos que brinda sobresalen los gastronómicos, centros recreativos, de arte y entretenimiento, puntos de descanso en carreteras interprovinciales, por otra parte, comercializa y promociona la cultura, historia y naturaleza del país, entre otros. El crecimiento de sus servicios ha ido evolucionando cada año brindando nueve líneas de negocios, con instalaciones en todo el país, ofreciendo los servicios siguientes:

1. Restaurantes: La empresa posee 176 restaurantes donde convergen diversas culturas culinarias. Entre las cuales se encuentran la cocina criolla, china, italiana y española donde sobresalen las paellas y fabadas.
2. Comida rápida: Se compone de 576 establecimientos en todo el país, destinados a la realización de un servicio que contenga elaboraciones sencillas, que incluyen confituras, refrigerios entre otros productos demandados por el mercado. Entre las marcas que oferta este producto se encuentran; Dinos Pizza, Pollo Ditú, Dichín, Dimar, Pan.Com, Piropo, En Familia, Dulcinea, Paradores de Carretera, Al Paso y los BBQ. 27.

3. Centros de arte y entretenimiento: Esta línea cuenta con 78 instalaciones, que realizan un trabajo especializado de tematización en sus instalaciones, se destacan las salas de fiestas, clubes temáticos y cabarets. En estos espacios se promueven y se venden productos meramente cubanos, por ejemplo: ron Havana Club, Habanos, música popular cubana, y otros.
4. Comercio especializado: Incluye 74 instalaciones, entre las que se encuentran las tiendas especializadas (dulcerías, panaderías, bomboneras, licoreras).
5. Complejos turísticos: Se refiere a instalaciones que incluyen varias ofertas como comida rápida, restauración, tiendas especializadas, arte y entretenimiento. La animación, recreación, venta de tabacos, actividades diurnas y nocturnas, venta de suvenires, licoreras, entre otras, están presentes en estas instalaciones.
6. Turismo de naturaleza: Incluye 18 instalaciones con productos como: fincas campesinas, delfinarios, excursiones a cuevas, presas, cayos, lagunas y lugares históricos. Todas bien equipadas y con una variedad de ofertas gastronómicas dirigidas al cliente amante de la naturaleza.
7. Turismo deportivo: Esta línea posee 80 instalaciones. Se caracteriza por la instrucción, adiestramiento y renta de medios deportivos a turistas aficionados, y les brinda variadas opciones de recreación y esparcimiento. Se desarrolla a través de diferentes posibilidades recreativas que incluyen: parques recreativos, salas de juegos, motos, boleras, bicicletas, aeroclub, buceo, náutica, campos de golf y mini golf, deportes de alto riesgo y como complemento se ofrecen servicios gastronómicos, juegos de participación y actividades culturales.
8. Alojamiento: Solo posee ocho instalaciones con bajas capacidades de hospedaje (hasta siete habitaciones).
9. Franquicias: Son una de las estrategias de negociación establecidas que permiten expandir el negocio y ganar utilidades, permitiéndole a entidades extranjeras utilizar el modelo de sus acciones. En el extranjero se encuentran

dos franquicias con el producto restaurantes: El Floridita y la Bodeguita del Medio.

2.2.1 Caracterización de la Sucursal Palmares Centro

En la calle 3ra, esquina 30, Municipio Playa, se ubica la Sucursal Palmares Centro. Sus principales líneas de negocios están enfocadas a la red de comidas ligeras y las marcas que la constituyen, centro de entretenimiento y arte, restaurantes y bares. Entre los restaurantes principales que atiende dicha Sucursal se encuentran: El Floridita, La Cecilia, La Torre, la Bodeguita del Medio y El Toco-ro-ro.

Sucursal Palmares Centro está orientada fundamentalmente a la prestación de servicios gastronómicos, recreativos, de entretenimiento y ocio. Sus servicios están dirigidos al sector del turismo internacional y al mercado interno dispuesto a consumir productos en moneda nacional o el pago en divisa mediante tarjetas de crédito. Estos productos promueven valores históricos, culturales, culinarios, patrimoniales, así como los hábitos alimentarios del país.

Cuenta con tres UEB y ciento veinticuatro establecimientos de servicios alimenticios. De acuerdo a su estructura organizativa, cuenta con un solo nivel jerárquico, representado por el director general, a éste se le subordinan los demás directores y jefes de áreas de la instalación.

La metodología de trabajo en todas las UEB de la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A es similar; delegan en cada uno de sus restaurantes la posibilidad de adquirir los productos para la venta, además dictaminan qué y cómo hacer las actividades encaminadas a la calidad. Son los que rigen a los restaurantes sobre las actividades a realizar con respecto a la calidad u otras orientadas por la empresa.

2.2.2 Caracterización del restaurante Fabio

El Fabio se encuentra ubicado en calle 17 esquina J, Vedado, Plaza de la Revolución, muy cerca de importantes atractivos culturales, recreativos y turísticos

como son el Teatro Bertón Brecht, el Museo de la Danza, la heladería Coppelia, el cine Yara, el restaurante Don Quijote, y otros.

La instalación perteneciente a la cadena extrahotelera Palmares, S.A., fue creada en memoria al joven italiano Fabio Di Celmo quien fuera víctima de uno de los atentados realizados en el país luego del triunfo revolucionario en el Hotel Copacabana. La creación de este lugar fue idea del padre del joven y comienza con comida italiana y elaboraciones con nombres de futbolistas a los que era fanático.

Casona de dos plantas plena de coloridos vitrales en su segundo nivel y grandes ventanales en planta baja, fue convertida en un restaurante especializado en comida italiana y con servicio de bar con capacidad para 120 personas en el año 2005.

El Restaurante posee una terraza al aire libre, salón principal, y área de reservado en el primer nivel, mientras que en el segundo, se localiza el Café Longina (Nueva Casa de la Trova), donde desde su llegada a la misma se pueden apreciar imágenes alegóricas a la trova y de algunos de los principales músicos cubanos de este género. Todas las áreas se muestran confortables y con un diseño acorde al nuevo concepto de la casa, la sostenibilidad.

Misión

Brindar un auténtico servicio gastronómico y recreativo, con productos libres de contaminantes químicos, naturales, logrando resaltar el valor nutricional de los alimentos, y la magia que se puede lograr al transformarlos en cocina en obras de artes.

Visión

Somos el primer Restaurante de Palmares en Vía de Sostenibilidad, que se distingue por su novedad y exclusividad.

Aseguran los entrevistados que a partir de la realización del primer taller de Gastronomía Sostenible, el 18 de junio de 2021, se rediseña el concepto del restaurante y abre sus puertas el 26 de julio de 2022, como un Restaurante Sostenible, convirtiéndose en el primero de su tipo en el país, incorporando los conceptos de Slow Food y celebra por primera vez el Día Internacional de la Gastronomía Sostenible. Aún incipiente, se trabaja en la documentación referencial para la certificación de esta modalidad en el sector del turismo y en el país, puesto que la experiencia existe en la certificación de las fincas agroecológicas.

El restaurante está muy comprometido con el cuidado del medio ambiente, la gestión de la eficiencia energética y el uso racional del agua, por lo que se trabaja con productos frescos, de temporada, está encadenado con fincas agroecológicas certificadas y proveedores nacionales que posean productos 100% ecológicos, cumpliendo con uno de los conceptos de la gastronomía sostenible, del surco o la huerta a las mesa.

Los productos que nos promueven son orgánicos, libres de plaguicidas y fertilizantes químicos, se trabaja para cumplir el ciclo completo de aprovechamiento de todos los recursos, incluidos los desechos de los alimentos, los cuales son devueltos hacia estas fincas para utilizarlos como alimentación animal y así cerrar este ciclo.

Se instaló un filtro de agua con Cipimm (Centro de Investigaciones para la Industria Minero Metalúrgica) donde a través de rocas es purificada el agua con que se trabaja en la unidad; dicha agua fue analizada por los laboratorios de higiene del municipio Plaza de la Revolución.

Los principales proveedores son Finca Marta (finca agroecológica certificada que provee vegetales, frutas y viandas. Los productos certificados por esta finca representan alrededor del 20 al 25% de las mercancías recibidas en el restaurante en un mes, estos productos no son suficientes para el abastecimiento total del restaurante por lo que se trabaja para el encadenamiento con otras fincas que también pueden suministrarnos productos de calidad y que se encuentran ubicadas en los alrededores de la instalación), Yucasabi (mipyme que elabora las tortas y cestas de casabe, un alimento muy utilizado por nuestros aborígenes, siendo una

fortaleza su valor nutricional y versatilidad), el proyecto En Paralelo (proveedor que suministra los microvegetales), Deshidratados Habana y Flora y Fauna.

En abril de 2023 se integra con movimientos como: Casabeando, Amigos del Casabe, y Arcasabe para celebrar la Cuarta Casabacha, evento que impulsa el consumo y conocimiento del casabe y sus atributos. En el marco de esta celebración se dan cita profesionales gastronómicos, chefs, científicos, periodistas y aficionados. Inicialmente se estimaba la presencia de 80 invitados y debido a la gran acogida y rápida difusión de la actividad, cerró con capacidades superiores, señalan los entrevistados.

El restaurante logra a través de su emplatado moderno la fidelización de los clientes que llegan a la instalación, degusten de una exquisita gastronomía premiada de sabores naturales. El principal mercado es el nacional repitente. La participación en eventos nacionales e internacionales constituye una prioridad para la casa, aun cuando el Fabio todavía no es un restaurante certificado de sostenible, su presencia con el mensaje camino a la sostenibilidad es referente.

AA.VV. como Amistur y Cubatur ya se encuentran trabajando en la instalación con el arribo de clientes; también se han realizado grupos de familiarización con otras agencias como Havanatur e Islazul para poder mostrar a los turoperadores el trabajo que se viene realizando en el restaurante y lograr que dichas agencias puedan atraer clientes que estén familiarizados con la gastronomía sostenible.

El restaurante Fabio tiene entre sus principales metas un plan de desarrollo e inversiones a mediano alcance:

- Garantizar el 90% de los recursos y materias primas se adquieran mediante el encadenamiento productivo, sustentable y eficiente, con las fincas agroecológicas certificadas.
- Reducir la huella de carbono, mediante la incorporación de la energía eléctrica renovable, el reaprovechamiento y tratamiento de las aguas residuales.

- Lograr la certificación del restaurante en la condición de Gastronomías Sostenible, según los requisitos que avalan esta modalidad, FLOSS en sus siglas en inglés (fresco, local, orgánico, estacional y estacional).

CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Contexto actual de la Empresa Palmares, S.A. en cuanto a sostenibilidad

Las 63 medidas de flexibilización para el desarrollo de la agricultura, así como los Lineamientos aprobados en el 8vo. Congreso del Partido Comunista de Cuba, dieron paso a nuevas maneras de hacer y resolver problemas identificados, fundamentalmente los asociados a la sostenibilidad, en cumplimiento con la Agenda 2030, y la variedad de las ofertas, problema que aún persiste en la economía cubana.

Los entrevistados señalan además otras acciones paralelas que tuvieron lugar: la descentralización de facultades hasta nivel de instalación, estudio de ciclos de vida de los productos, acercamiento a las universidades para asesoría y capacitación, lo que los guió y permitió dar los primeros pasos de avance en la proyección de un turismo sostenible desde la perspectiva del servicio gastronómico y cultural.

Partiendo de la necesidad del cambio y adaptación al entorno, a la inserción en el modelo económico que impulsa el desarrollo local, el encadenamiento productivo, las buenas prácticas de consumo y las alianzas para hacer frente a la crisis económica, la empresa identifica la necesidad de lograr un manejo sostenible, para la comercialización de los productos de naturaleza Fincas, fundamentalmente en la sustitución de importaciones y el aprovechamiento de las producciones locales, así identifica la carencia del mensaje de sostenibilidad y alimentación saludable dentro de la ciudad, planteándose metas puntuales.

La Empresa Extrahotelera Palmares S.A desarrolla productos de naturaleza, mediante las fincas agroturísticas, con siete instalaciones en todo el país. A raíz de las nuevas medidas económicas, se inserta en el Plan de Soberanía Alimentaria y Educación Nutricional (SSAN), hasta llegar a dar los primeros pasos en el desarrollo del turismo y la gastronomía sostenible.

A partir del año 2021, se estableció el cronograma de trabajo a través de la Guía de Implementación del Plan SSAN, logrando un avance paulatino, tanto en producciones como en los territorios utilizados, y establece la mejora de los planes para el manejo de las fincas campesinas (turismo de naturaleza) e incorpora en el

restaurante Fabio, el concepto de sostenibilidad, tendencia en las prácticas gastronómicas mundiales.

Ante la pregunta de si existe potencialidades en Cuba (La Habana) para el desarrollo de la gastronomía sostenible y crear restaurantes sostenibles, respondieron que sí, ya que Cuba en la década de los 90 fue faro agroecológico para el mundo, pero lo visualizan a mediano y largo plazo, ya que ello requiere de una producción de alimentos orgánicos y de km 0 capaz de satisfacer la demanda, y del conocimiento práctico y científico de los actores involucrados sobre cómo desarrollar la agroecología y la permacultura. Las capacidades actuales son insuficientes.

Aseguraron los entrevistados que el turista del siglo actual no solo le interesa ir a un restaurante a comer y saciar su apetito, sino busca conocer la gastronomía del lugar visitado y le interesa encontrar ofertas saludables, a tono con las tendencias actuales, de ahí que cada vez son más los turistas internacionales que se interesan por los restaurantes sostenibles y ya se muestra un ligero interés de los nacionales por una alimentación más sana y nutritiva. El mundo está cambiando y es tendencia y necesidad que proliferen la gastronomía sostenible y las instalaciones de la misma tipología.

Señalan que fue seleccionado el restaurante Fabio para iniciar el camino hacia la sostenibilidad durante una visita de trabajo al local por parte de directivos de la empresa Palmares, S.A. y del Mintur, debido a su ubicación, infraestructura, resultados alcanzados anteriormente y temática internacional principalmente. También que en caso de recurrir a la certificación para esta modalidad, actualmente en el país no existe un organismo capaz de hacerlo, pero se trabaja conjuntamente entre el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medioambiente, y la Oficina Nacional de Normalización.

3.2 Resultado del cuestionario aplicado para determinar el conocimiento de los vecinos del restaurante Fabio

Al determinar la fiabilidad del cuestionario mediante el cálculo del coeficiente alfa de Cronbach, se obtuvo un valor de 0,706 (mayor que 0,7), por lo que se puede afirmar

que el cuestionario tiene coherencia en su estructura, y por tanto es válido y aceptable según lo propuesto por George y Mallery (2003) (Tabla 6).

Tabla 6

Estadístico de Fiabilidad Alfa de Cronbach

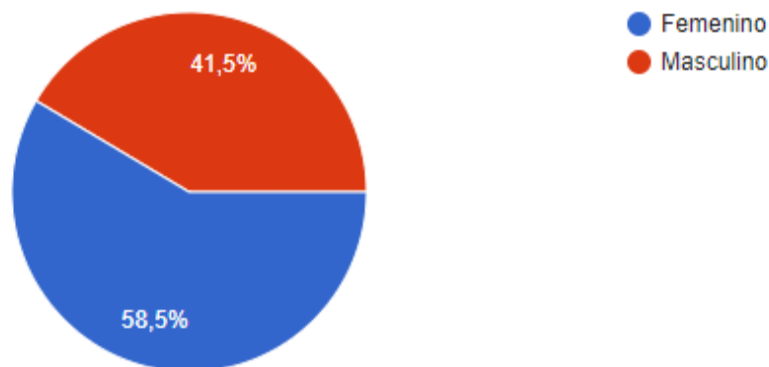
Estadística de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,706	15

Fuente: SPSS versión 24.0, 2016

Del total de encuestados (65) la mayor representatividad la obtuvo el sexo femenino (38) que representan un 68,50 %, siendo el sexo masculino (27) el 41,50 % (Figura 1).

Figura 1

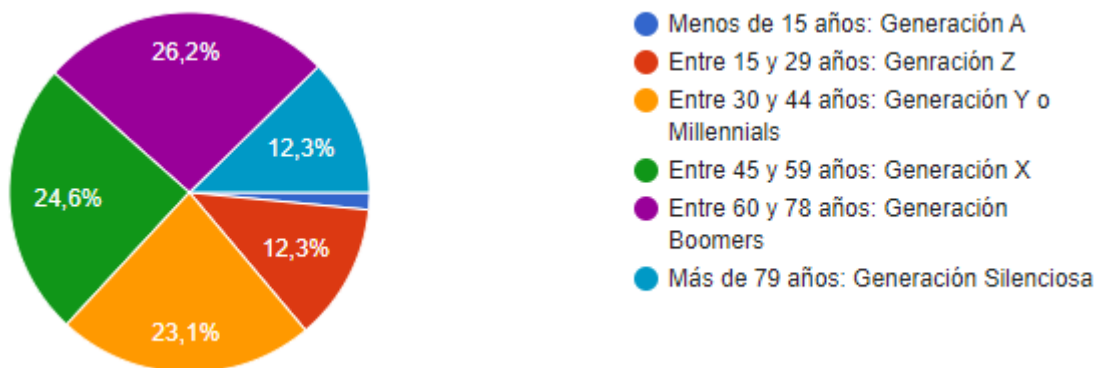
Distribución porcentual del sexo de los encuestados



En cuanto a la edad de los encuestados, casi el 75% se encuentran comprendidos entre los 30 y 78 años, es decir, las generaciones Millennials, X y Boomers (Figura 2). Al analizarse por separado predominan los Boomers (17) para un 26.20%, la Generación X (16) representan el 24,60%, y los Millennials (15) encarnan el 23,10% del total. Por su parte, la Generación Silenciosa (8) y la Z (8) simbolizan el 12,30% cada una, mientras que la A (1) conforma el 1,5%, lo cual las hace las menos predominantes en la investigación.

Figura 2

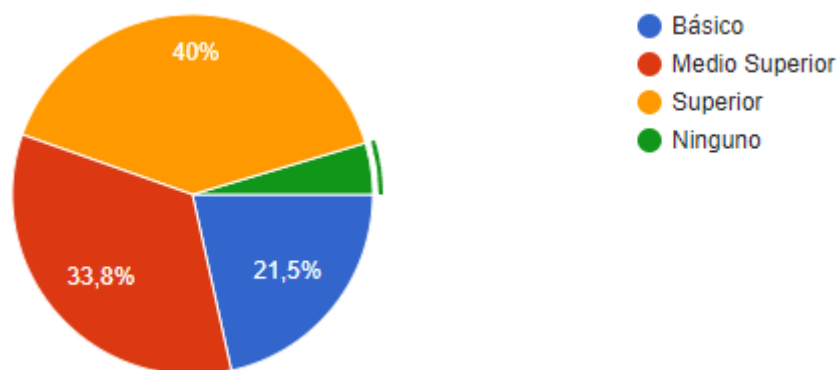
Distribución porcentual de la edad de los encuestados



En la escolaridad, tal como se muestra en la Figura 3, arroja mayor significancia el Nivel Superior conformado por 26 para un 40%, seguido por el Medio Superior (22) que simboliza el 33,80% y por el Básico representado en 14 para un 21,50%. En cuanto a Ninguno identificado por 3 en un 4,60%, expresa que aunque sean alfabetos nunca llegaron a concluir el 9no. grado equivalente a Nivel Básico.

Figura 3

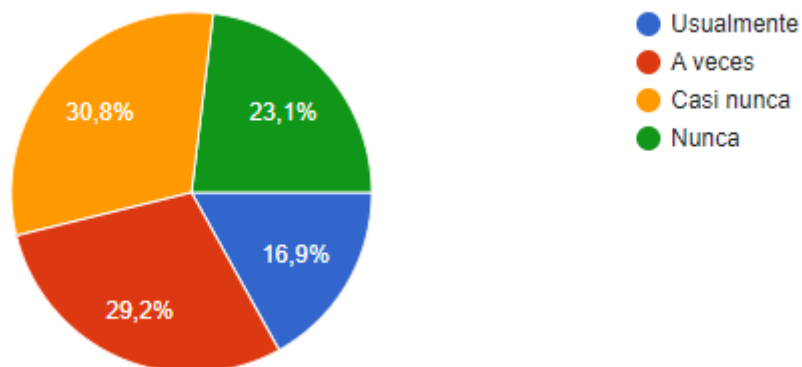
Nivel de escolaridad de los encuestados



En cuanto a la visitas a restaurantes más del 50% señalan que rara vez lo hacen, 20 vecinos señalaron que “casi nunca” para un 30,80%, lo que significa el mayor grupo, y 15 representando un 23,10% “nunca”. Contrapuesto a lo anterior, a veces lo “frecuentan” 19 para 29,20%, siendo la segunda mayor respuesta arrojada, y 11 vecinos que simbolizan el 16,90%, se declaran “usualmente” visitantes de entidades de la restauración (Figura 4).

Figura 4

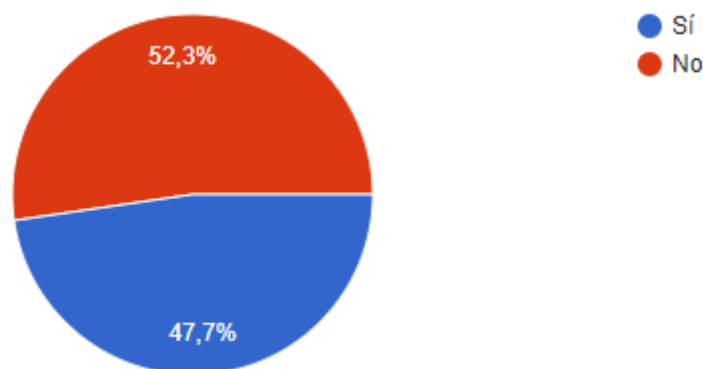
Frecuencia con que visitan restaurantes



No poseen ninguna noción de sostenibilidad 34 encuestados, lo que representa un 52,30%, mientras que “sí” se autoproclaman conocedores del tema 31 para un 47,70%, por lo que se concluye no existe gran significancia para dicha pregunta. Cabe resaltar que aunque muchos marcaron conocer del tema abordado, lo achacan más a la subsistencia económica y rentabilidad antes que al cuidado y respeto medioambiental (Figura 5).

Figura 5

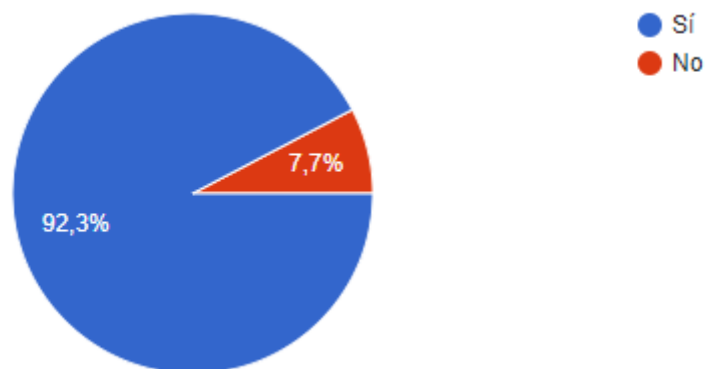
Noción sobre la sostenibilidad



Consideran importante la aplicación de prácticas sostenibles en entidades de la restauración casi la totalidad de los entrevistados, un 60 para un 92,30%. El no solamente recae en 5 lo cual representa el 7,70% (Figura 6).

Figura 6

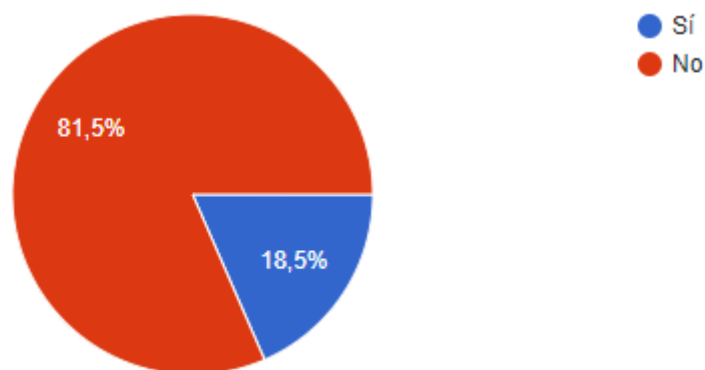
Consideran importante la aplicación de prácticas sostenibles



El conocimiento de la implementación de prácticas sostenibles en el restaurante “Fabio” no es significativo, 12 pobladores para un 18,50% lo manifiestan por haber sido clientes y que se les inform[o en algún momento, mientras que 53 que simboliza el 81,50% expresan desconocimiento. Resaltar que aspirar a ser el primer restaurante sostenible del país, y con más de dos años en la aplicación de la sostenibilidad, se muestra el escaso o nulo trabajo con la comunidad (Figura 7).

Figura 7

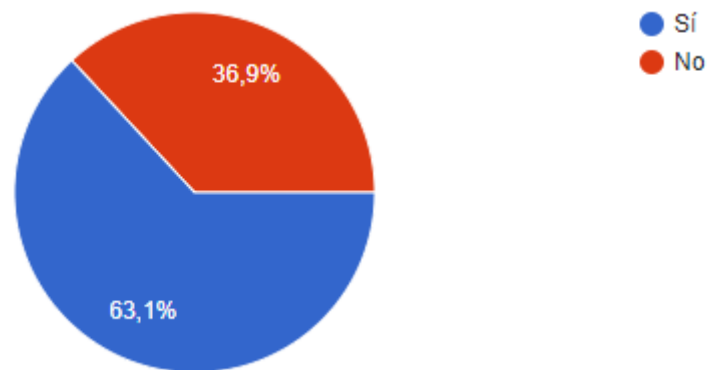
Conocimiento sobre la implementación de la sostenibilidad en el Fabio



Como la investigación fue llevada a cabo en la circunscripción a la que pertenece el restaurante antes mencionado, ello demuestra que la mayoría, representado por 41 vecinos para un 63,10% ha visitado la instalación en algún momento. En contraparte, 24 para un 36,90%, no lo ha visitado nunca por diferentes razones, siendo el motivo económico el principal (Figura 8).

Figura 8

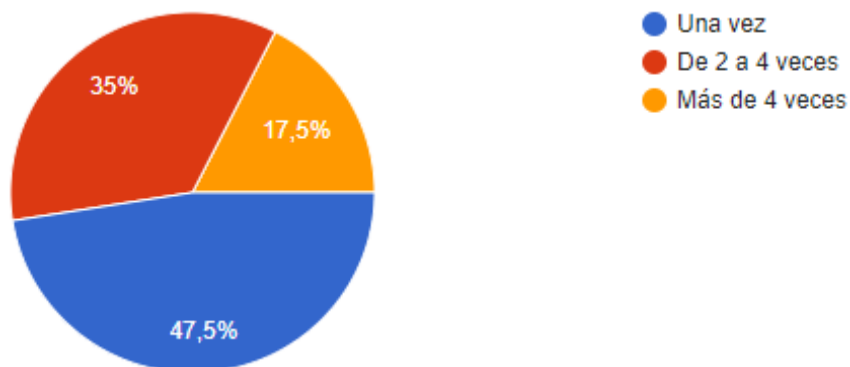
Visita al restaurante Fabio desde que implementan la sostenibilidad



De los 41 encuestados anterior que han visitado el local, una vez (19) representa el 47,50%, siendo la respuesta predominante. Un 35% (14) lo ha hecho de dos a cuatro veces, mientras que siete para un 17,50% lo han frecuentado más de 4 veces en los últimos dos años (Figura 9).

Figura 9

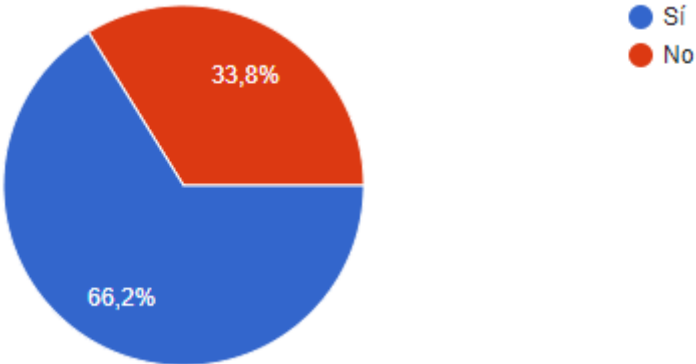
Frecuencia con que han visitado el restaurante desde que implementan la sostenibilidad



Una vez alcanzase la sostenibilidad dicho restaurante, 43 encuestados para un 66,20%, afirman que lo visitarían en aras de acercarse a las prácticas sostenibles, por otra parte 22 que representa el 33,80% no les interesaría (Figura 10).

Figura 10

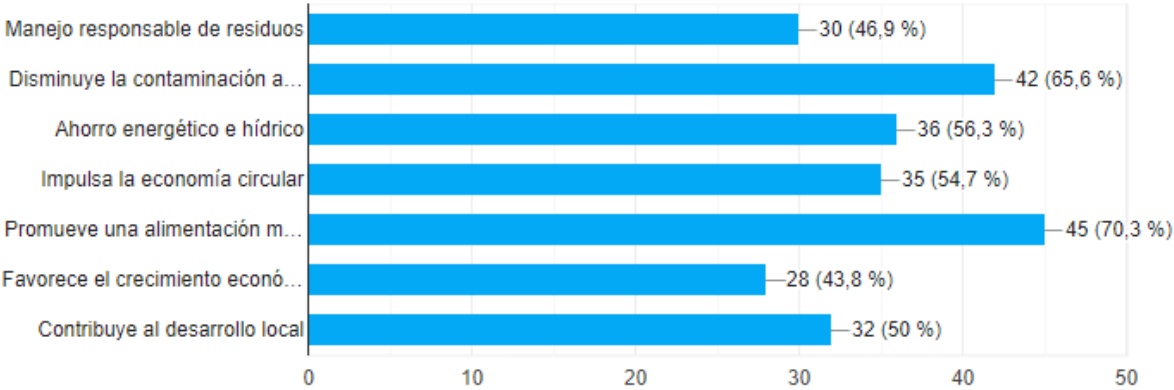
Visitarían el restaurante cuando alcance la sostenibilidad



Analizando el motivo por el que 63 encuestados, el 96,90% considera importante la sostenibilidad en la instalación, y partiendo que en el cuestionario se podían señalar múltiples respuestas, destacan la promoción de una alimentación más saludable y nutritiva con 45 votos para un 70,30%, seguida de disminución de la contaminación ambiental con 65,50%. Ahorro energético e hídrico con un 56,30% e impulso de la economía circular en un 54,70% constituyen los otros beneficios más elegidos. El manejo responsable de residuos, aspecto importantísimo dentro de los requisitos de la sostenibilidad solo es importante para 30 vecinos, lo que simboliza el 46,90%. La contribución al desarrollo de la localidad y el crecimiento económico de la misma, se incluyen también dentro de las menos importantes (Figura 11).

Figura 11

Aspectos por los que consideran importante la sostenibilidad en el restaurante Fabio



Con el objetivo de conocer la relación existente entre las variables sexo, edad y nivel escolar con las respuestas de los encuestados, se procedió a realizar la prueba Kruskal-Wallis, visualizándose en sentido general que no se muestran diferencias significativas (Anexo 4).

A propósito de conocer si existían diferencias significativas en el sexo de los encuestados para las diferentes variables analizadas se realizó dicha prueba y solo se aprecia diferencia significativa ($p < 0,05$) en si conoce o no que el restaurante está en vía a la sostenibilidad, lo ha visitado en los últimos dos años y con qué frecuencia, tal como muestra la Tabla 7.

Tabla 7

Prueba de Kruskal-Wallis, variable de agrupación "sexo"

Estadísticos de contraste ^{a,b}															
	Con qué frecuencia visita restaurantes	Posee alguna noción sobre sostenibilidad	Sabe qué es un restaurante sostenible	Conoce qué es el restaurante Fabio se prepara para implementar la sostenibilidad	Ha visitado el restaurante Fabio en los últimos 2 años	De responder de manera positiva la pregunta anterior, diga con qué frecuencia	Lo visitaría cuándo sea un restaurante sostenible	Considera importante que dicho restaurante sea sostenible	Manejo responsable de recursos	Disminución de la contaminación ambiental y de la huella de carbono	Ahorro energético e hídrico	Impulsa la economía circular	Promueve una alimentación más saludable y nutritiva	Favorece el crecimiento económico de la localidad	Contribuye al desarrollo local
Chi-cuadrado	2.153	3.758	.749	5.652	4.352	4.178	.207	.060	2.070	2.460	2.203	1.617	.965	.276	.125
gl	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sig. asintót.	.142	.053	.387	.017	.037	.041	.649	.807	.150	.117	.138	.203	.326	.599	.724

a. Prueba de Kruskal-Wallis
b. Variable de agrupación: Sexo

Fuente: SPSS versión 24.0, 2016

Se evidencia que el sexo femenino conoce más sobre la implementación de prácticas sostenibles en la instalación, lo que puede atribuirse a visitas al mismo con mayor frecuencia.

Los grupos de edades también tuvieron variación significativa en el nivel de conocimiento de los encuestados, pero solo en lo referente: frecuencia con qué visita restaurantes, noción de sostenibilidad, visitas al restaurante en los últimos dos años, lo visitaría cuando fuese sostenible, importancia de sostenibilidad en dicho local y en manejo de los residuos (Tabla 8). Para el resto de las variables no se obtuvo diferencia significativa ($p < 0,05$).

Tabla 8

Prueba de Kruskal Wallis, variable de agrupación "edad"

Estadísticos de contraste ^{a,b}															
	Con qué frecuencia visita restaurantes	Posee alguna noción sobre sostenibilidad	Sabe qué es un restaurante sostenible	Conoce qué el restaurante Fabio se prepara para implementar la sostenibilidad	Ha visitado el restaurante Fabio en los últimos 2 años	De responder de manera positiva la pregunta anterior, diga con qué frecuencia	Lo visitaría cuando sea un restaurante sostenible	Considera importante que dicho restaurante sea sostenible	Manejo responsable de recursos	Disminución de la contaminación ambiental y de la huella de carbono	Ahorro energético e hídrico	Impulsa la economía circular	Promueve una alimentación más saludable y nutritiva	Favorece el crecimiento económico de la localidad	Contribuye al desarrollo local
Chi-cuadrado	19.793	13.347	6.596	6.021	11.234	6.895	11.313	14.476	12.492	6.883	4.853	3.557	3.182	9.248	4.265
gl	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Sig. asintót.	.001	.020	.252	.304	.047	.229	.046	.013	.029	.229	.434	.615	.672	.100	.512

a. Prueba de Kruskal-Wallis
b. Variable de agrupación: Edad

Fuente: SPSS versión 24.0, 2016

La Tabla 9 reporta las diferencias de los grupos de edades en referencia a las variables anteriormente mencionadas, arrojando que las generaciones Boomers y Silenciosa, representado por los mayores de 60 años, asisten con menor frecuencia a restaurantes, conocen menos sobre sostenibilidad, pero a su vez le conceden mayor importancia, anteponiendo los beneficios asociados al desarrollo y economía locales al manejo responsable de residuos.

Tabla 9

Resultado de la prueba de Mann-Whitney "edad"

Variables	Generaciones					
	A	Z	Y	X	Boomer	Silenciosa
Frecuente visita restaurantes	a	ab	ad	ac	acd	acd
Noción sobre sostenibilidad	a	a	ab	ad	ac	ac
Visita al Fabio en los últimos años	a	b	ab	a	ac	ac
Lo visitaría cuando fuese sostenible	a	a	ab	a	ac	ac
Importancia de que fuese sostenible	a	a	a	ab	ad	ac
Manejo responsable residuos	a	ab	a	ac	ac	ac

Legenda:

Letras iguales en una misma fila: no existe diferencia significativa ($p < 0,05$)

La variable de agrupación "nivel escolar" también fue sometida al anterior procedimiento (Tabla 10) y se encuentra significación estadística en: frecuencia con que visita restaurantes, noción sobre sostenibilidad, lo visitaría si fuese sostenible, manejo responsable de residuos e impulso de la economía. El resto de las variables no muestra diferencias ($p < 0,05$).

Tabla 10

Prueba de Kruskal Wallis, variable de agrupación “nivel escolar”

Estadísticos de contraste^{a,b}

	Con qué frecuencia visita restaurantes	Posee alguna noción sobre sostenibilidad	Sabe qué es un restaurante sostenible	Conoce qué el restaurante Fabio se prepara para implementar la sostenibilidad	Ha visitado el restaurante Fabio en los últimos 2 años	De responder de manera positiva la pregunta anterior, diga con qué frecuencia	Lo visitaría cuándo sea un restaurante sostenible	Considera importante que dicho restaurante sea sostenible	Manejo responsable de recursos	Disminución de la contaminación ambiental y de la huella de carbono	Ahorro energético e hídrico	Impulsa la economía circular	Promueve una alimentación más saludable y nutritiva	Favorece el crecimiento económico de la localidad	Contribuye al desarrollo local
Chi-cuadrado	16.132	27.917	1.683	4.618	4.034	2.687	10.935	7.401	9.763	4.824	7.284	10.803	1.110	4.288	4.763
gl	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Sig. asintót.	.001	.000	.641	.202	.258	.442	.012	.080	.021	.185	.063	.013	.775	.232	.190

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: Nivel Escolar

Fuente: Fuente: Programa SPSS (versión 24)

La Tabla 11 reporta las diferencias del nivel de escolaridad en referencia a las variables anteriormente mencionadas, resaltando las existentes entre dos grupos, por un lado básico y medio superior, y por el otro superior y ninguno. Resulta curioso que los más asisten a entidades de la restauración y poseen conocimientos de sostenibilidad son los del nivel básico y ninguno.

Tabla 11

Resultado de la prueba de Mann-Whitney “nivel escolar”

Variables	Escolaridad			
	Básico	Medio Superior	Superior	Ninguno
Frecuenta visita restaurantes	a	b	c	d
Noción sobre sostenibilidad	a	b	c	d
Lo visitaría cuando fuese sostenible	a	a	b	c
Manejo responsable residuos	a	a	ab	ac
Impulsa la economía circular	a	a	ab	ac

Leyenda:

Letras iguales en una misma fila: no existe diferencia significativa ($p < 0,05$)

3.3 Elaboración y validación de la lista de chequeo

La lista de chequeo (Anexo 5) está conformada por requisitos a verificar su cumplimiento en tres posibles opciones: se cumple, parcialmente se cumple y no se cumple. Creada con 11 acápite y a su vez dividida en 54 subacápites con el objetivo de lograr mayor especificidad en los aspectos a observar: mobiliario, lencería, utensilios, limpieza y desinfección, electrodomésticos y climatización, agua

y recursos hídricos, gestión de residuos, adquisición de productos y servicios, menú sostenible, educación y sensibilización y otros.

Los resultados de la prueba de experticia se muestran en la Tabla 12. Se aprecia que todos los especialistas entrevistados pueden ser considerados expertos por poseer un nivel de experticia alto en el tema abordado.

Tabla 12

Resultado de la prueba de experticia

Expertos	Coefficiente de competencia (K)	Nivel de experticia
Profesora Escuela Capacitación del Mintur	0.95	Alto
Profesora Titular de la FTUR	0.96	Alto
Profesora Auxiliar de la FTUR	1	Alto
Especialista Dirección de Operaciones Mintur	1	Alto
Directivo de la Asociación Culinaria de Cuba	0.90	Alto

La totalidad de los expertos determinaron que la lista de chequeo es pertinente y puede ser aplicada.

3.4 Evaluación de los requisitos de sostenibilidad en la instalación. Propuesta de acciones

Una vez realizada la observación (Anexo 6) se determinaron la cantidad de aspectos que se cumplen, se cumplen parcialmente y no se cumplen dentro de cada acápite, tal como lo refleja la Tabla 13, destacar el cumplimiento del 100% de mobiliario, lencería y utensilios

El Diagrama de Pareto que se exhibe en la Figura 12 reporta que 5 de los 11 apartados resultaron vitales. Se determinan como puntos críticos de incumplimiento los requisitos asociados a la limpieza y desinfección (al no utilizar productos nada ecológicos), y adquisición de productos y servicios, pues los alimentos frescos, de cercanía, y agricultura sostenible no llegan a cubrir significativamente la demanda

actual de la instalación. En cuanto a educación y sensibilización un restaurante sostenible debe tener un papel activo dentro de la localidad en lo que respecta a la divulgación y concientización, lo cual no se hace. Por su parte, en los identificados como generales se demuestra la no utilización de papelería y material de oficina sostenible, y la gestión de residuos, uno de los aspectos claves a la hora de hallar la sostenibilidad es inexistente, en prácticas como la clasificación de la basura y el posterior reciclaje.

Tabla 13

Cumplimiento o no de los requisitos

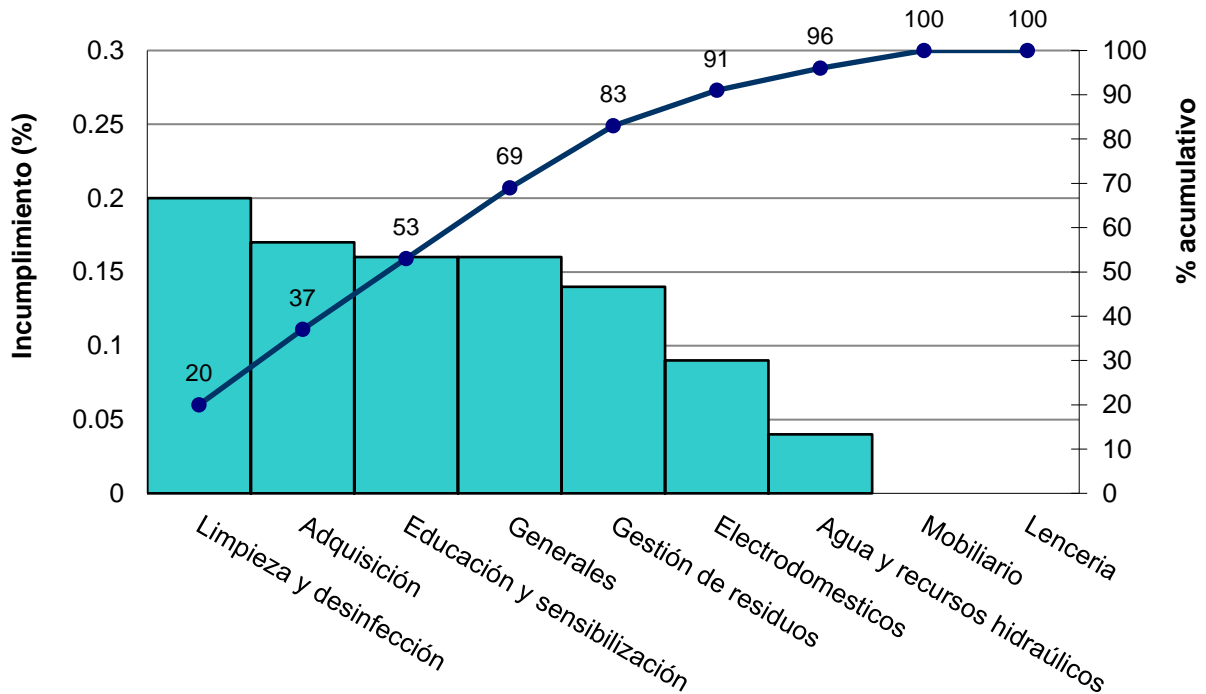
No	Requisitos		Cumplimiento					
	Acápites	Subacápites	Sí	%	Parcial	%	No	%
1	Mobiliario	1	1	100	-	-	-	-
2	Lencería	1	1	100	-	-	-	-
3	Utensilios	2	2	100	-	-	-	-
4	Limpieza y desinfección	2	-	0	-	-	2	100
5	Electrodomésticos y Climatización	7	4	57	1	14	2	29
6	Agua y recursos hídricos	5	4	80	-	-	1	20
7	Gestión de residuos	10	3	30	-	-	7	70
8	Adquisición de productos y servicios	10	2	20	5	50	3	30
9	Menú sostenible	10	8	80	1	10	1	10
10	Educación y sensibilización	3	1	33	1	33	1	33
11	Generales	3	1	33	1	33	1	33
	Total	54	27	-	9	-	18	-

A la hora de determinar el porcentaje de cumplimiento de los aspectos evaluados solo se tomaron los requisitos que verdaderamente se cumplen, lo que arroja una consumación del 50%.

En la búsqueda de información sobre un puntaje o porcentaje que determine cumplimiento o no de la sostenibilidad, no se halló establecido un consenso internacional, además del casi nulo acceso a fuentes de esta índole, existiendo el manejo de valores distintos.

Figura 12

Porcentaje de incumplimiento de las variables analizadas



Dependiendo del país de origen y organización escogida para la certificación y/o declaración, se concluye que existen restaurantes sostenibles, establecidos así, por normativas organizacionales más exigentes que otras en cuanto al grado de satisfacción de los requisitos.

Ante esto, se tomó como base lo establecido por la Dirección de Operaciones del Mintur cuando determina el cumplimiento del 80% de los requisitos establecidos en la NC 126:2001 para la clasificación por categorías de los restaurantes que prestan servicios al turismo. Por ende, se concluye, el restaurante no satisface los requisitos vitales para ser considerado sostenible, continuando en el camino a la sostenibilidad en el que lleva poco más de dos años.

Propuesta de acciones

En función de los resultados obtenidos, se proponen las acciones que se relacionan a continuación, las cuales están encaminadas a obtener la sostenibilidad en el restaurante Fabio.

1. Establecer alianzas en el marco de la legalidad establecida, con otros actores de la economía, especialmente con las mipymes y emprendimientos no estatales que produzcan los insumos y equipos que se necesitan para alcanzar la sostenibilidad.
2. Establecer campañas promocionales que promuevan la gastronomía sostenible como un agente de cambio de hábitos y tendencias y destaquen los beneficios de consumir alimentos naturales, ecológicos y sostenibles, para crear una cultura gastronómica sostenible desde la producción hasta la mesa.
3. Desarrollar círculos de interés con la escuela primaria de la localidad y la Alianza Francesa, así como campañas y trabajos comunitarios que plasmen la importancia de la sostenibilidad y conservación del medio ambiente.
4. Iniciar convenios con la Empresa de Recuperación de Materias Primas en aras de comenzar el reciclaje una vez que se comience a clasificar la basura.
5. Establecer nuevas alianzas con más fincas agroecológicas de la provincia La Habana y municipios aledaños a esta, con el objetivo de obtener mayores producciones y diversificadas.
6. Incentivar a los agrónomos locales a que brinden una gama más amplia de productos de la región y los cultivos de km 0.
7. Aumentar el volumen de compras de productos locales, frescos, de temporada y de agricultura sostenible.
8. Ampliar las capacidades de producción de la entidad en lo referente a canteros, utilizando espacios como la azotea y la rediseño de la jardinería, de forma tal que se puedan cultivar especias.
9. Destinar las grasas y aceites sobrantes a la producción de velas, ceras, cosméticos, jabones y pintura.

10. Lograr el almacenamiento de agua lluvia y junto a las aguas grises reutilizarlas.
11. Vincularse a proyectos y transmitir la experiencia alcanzada en materia de sostenibilidad a otros restaurantes y empresas interesados en esta temática.
12. Sensibilizar a los organismos involucrados con la actividad gastronómica (Mincin, Mintur, Minagri) de los beneficios que reporta la sostenibilidad para el país y en particular para el sector de la gastronomía.

CONCLUSIONES

1. Se constató que no existen aún las condiciones en el restaurante Fabio para declararlo como un restaurante sostenible, pero si existen potencialidades para ello, por lo que pudiera lograrse a largo plazo.
2. Los resultados de la encuesta aplicada a los pobladores demuestran un conocimiento limitado sobre la sostenibilidad en la instalación y los elementos que deben caracterizar a los restaurantes con esta tipología, no existiendo diferencias significativas en cuanto a sexo, edad, y nivel escolar para la mayoría de las variables analizadas.
3. Se elaboró la propuesta de requisitos para la evaluación de la sostenibilidad en el restaurante Fabio, la cual fue estructurada en requisitos generales y específicos, para un total de 54 apartados, y considerada factible al ser validada por los expertos.
4. Se propusieron 12 acciones que de tenerse en cuenta, el restaurante pudiera alcanzar la sostenibilidad.

RECOMENDACIONES

1. Dar a conocer los resultados de la presente investigación a la Empresa Extrahotelera Palmares, S.A. y el restaurante Fabio.
2. Continuar realizando trabajos relacionados con esta temática dirigidos a la capacitación de los trabajadores.

BIBLIOGRAFÍA

- Achkar, M. (2005). *Indicadores de sostenibilidad*. En M. Achkar, V. Canton, R. Cayssials, A. Domínguez, G. Fernández y F. Pesce (coords.), Ordenamiento ambiental del territorio. Comisión sectorial de educación permanente (pp. 55-70). Montevideo, Uruguay: DIRAC.
- Acle-Mena, R. S., Santos-Díaz, J. Y. y Herrera-López, B. (2020). La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 10 (2), 237-248. <https://doi.org/10.19053/20278306.v10.n2.2020.10624>
- Alsetoohy, O., Ayoun, B., y Abou-Kamar, M. (2021). Covid-19 pandemic is a wake-up call for sustainable local food supply chains: Evidence from green restaurants in the USA. *Sustainability*, 13(16), 1-23. <https://doi.org/10.3390/su13169234>
- Ansón, R. (2017). *La cocina de la libertad: El big bang de la gastronomía española del siglo XXI*. Editorial La Esfera de los Libros. Madrid. España.
- Aparicio, D. (2020). *Las nuevas tendencias de cocina sostenible en los nuevos restaurantes de la ciudad de Lima*. [Tesis de grado Facultad de Administración Hotelera, Universidad San Ignacio de Loyola. Lima. Perú]. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/77245c2f-b305-407a-94cc-15ce16265a80/content>
- Ayora, Steffan. I. (2010). Regionalism and the Institution of the Yucatecan Gastronomic Field. *Food, Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research*. 13. 397-420. <https://doi.org/10.2752/175174410X12699432700980>.
- Baquero, J. E. y Monsalve, D. B. (2021). A Proposal for the Transformation of Fossil Fuel Energy Economies to Hydrogen Economies Through Social

- Entrepreneurship. En J. Gamez-Gutierrez y J. Saiz-Alvarez (Eds.), *Entrepreneurial Innovation for Securing Long-Term Growth in a Short-Term Economy* (pp. 48-70). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3568-4.ch004>
- Bode, W.K. (1999). *European gastronomy. The story of man's food and eating customs*. London, UK: Hodder & Stoughton.
- Buitrago, S. y Chitiva, D. (2017). *La gastronomía sostenible como factor de mejoramiento de la cadena de suministro del sector gastronómico en Bogotá-Colombia*. [Tesis de Maestría. Facultad de Finanzas, Gobierno y Relaciones Internacionales. Universidad Externado de Colombia]. <https://doi.org/10.57998/bdigital.handle.001.362>
- Carro, J., Reyes, B., Rosano, G. y Garnica, J. (2017). Modelo de desarrollo sustentable para la industria de recubrimientos cerámicos. *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*, 33(1), 131-139. <https://doi.org/10.20937/RICA.2017.33.01.1>
- Carrillo, O., Marshall, M., Wellton, L. y Jonsson, I. (2021). When sustainable cuisine imaginaries become unsustainable: Storage and preservation practices in Swedish restaurants. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 100353. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100353>
- Castro D. (1980). *Gastronomía Sustentable*. [Tesis de grado, Escuela Superior de Administración de Instituciones. México]. <https://es.slideshare.net/slideshow/gastronomia-sustentable-90916973/90916973>
- Cerezal, J., y Fiallo, J. (2002). *Los métodos científicos en las investigaciones pedagógicas*. La Habana: Instituto Central de Ciencias Pedagógicas de Cuba.

- Cortés, M. E. e Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Campeche: Universidad Autónoma del Carmen.
- Cruz, J. (2020). *Acercamiento al criterio de expertos en la investigación*. Conferencia llevada a cabo en el Primer Congreso Virtual de Ciencias Básicas Biomédicas. Manzanillo.
- Del Valle, E. A. (2023). Desafíos y estrategias para el turismo en el marco de los objetivos de desarrollo sostenible. *Estudios Turísticos*(225), 9-21. 10.61520/et.2252023.3. <https://doi.org/10.61520/et.2252023.3>
- Deniz, A. G., y Nájera, A. (2023). La sustentabilidad en la industria de los restaurantes; prácticas, desafíos y oportunidades. *Suma de Negocios*, 14(31), 164-172. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2023.V14.N31.A8>
- Espinosa, J. M. (2010). *Gestión de la Restauración*. Editorial Félix Varela. La Habana, Cuba.
- Espinosa, J. M. (2014). *Análisis sensorial*. Editorial Félix Varela. La Habana.
- Espinosa, J., Romaní, B., Hernández, L. y Astigarrabía, E. (2021). El Turismo Gastronómico Como Una Oportunidad Para Dinamizar El Turismo En Cuba. *Revista Punto de Vista*, 12 (19), 112-125.
- Folgado L. (2016). Plan de Sostenibilidad [Archivo PDF]. <http://iesataulfoargenta.es/ataulfosostenible/wp-content/uploads/2016/11/Plan-de-Sostenibilidad-IES-Ataulfo-Argentina-2016-2017.pdf>
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la investigación*. Huancayo: Universidad Continental.

- García, A., García, Y. A. y Jaquinet, R. M. (2018). La certificación de restaurantes. Propuesta de un procedimiento[Archivo PDF].
- George, D. y Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A simple guide andreference. 11.0 update (4thed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Guía Michelin (2023). *Cuestiones sobre la Estrella Verde Mlichelin*.
<https://guide.michelin.com/es/es/articulo/sustainable-gastronomy/cuestiones-sobre-la-estrella-verde-michelin>
- Gillespie, C. y Cousins, J. A. (2001). European gastronomy into the 21st century. Butterworth-Heinemann, Oxford.
<https://www.sciencedirect.com/book/9780750652674/european-gastronomy-into-the-21st-century>
- González, M. (2014). Gastronomía sustentable: *Hospitalidad ESDAI*, (25), 55-83.
<https://hdl.handle.net/20.500.12552/6995>
- GRCTools (2022). *Certificaciones de sostenibilidad que puede obtener una organización*. <https://grctools.software/2022/07/11/cuales-son-las-certificaciones-de-sostenibilidad-para-una-organizacion/>
- Hernández, R., y Coello, S. (2008). *El paradigma cuantitativo de la investigación científica*. Ciudad de La Habana: Editorial Universitaria.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. L. (2010). *Metodología de la investigación*. (3era. ed.). McGraw-Hill Interamericana de México.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista P. M. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed). D.F: The McGraw-Hill.

- Iraldo, F., Testa, F., Lanzini, P. y Battaglia, M. (2017). Greening competitiveness for hotels and restaurants. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(3), 607-628. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2016-0211>
- Isaac, C. L., Gómez, J. y Díaz, S. (2017). La integración de herramientas de gestión ambiental como práctica sostenible en las organizaciones. *Universidad Y Sociedad*, 9(4), 27–36. Recuperado a partir de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/659>
- Lee, M. J. (MJ), Kang, H., Choi, H. y Olds, D. (2020). Managerial attitudes towards green practices in educational restaurant operations: An importance-performance analysis. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 32(3), 142-155. <https://doi.org/10.1080/10963758.2019.1655437>
- Marciano, L., Conde-Caballero, D. y Medina, F. X. (2022). *Gastronomía, Cultura y Sostenibilidad. Etnografías Contemporáneas*. España: Icaria Editorial, Barcelona.
https://www.academia.edu/77348421/Gastronomia_cultura_y_sostenibilidad_Etnografías_contemporáneas_Lorenzo_Mariano_F_Xavier_Medina_David_Conde_y_Alicia_Aguilar_edes_ISBN_9788418826245
- Montecinos, A. (2016). *Turismo gastronómico sostenible. Planificación de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos*. Cuauhtémoc, Mexico: Librería de Porrúa Hermanos y Compañía. <https://isbn.cloud/9786075152783/turismo-gastronomico-sostenible-planificacion-de-servicios-restaurantes-rutas-productos-y-destin/>
- Montes de Oca-Calderón, M. G., Gil-Saura, I. y Ruiz-Molina, M. E. (2020). ¿Cómo influyen las prácticas verdes y el manejo del desperdicio alimentario en el capital de marca de los restaurantes? *Estudios Gerenciales*, 36(154), 100-113. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3349>

- Morales, M. (2021). Turismo gastronómico sostenible para la preservación del patrimonio culinario: las rutas el vino en Girona (España) y Queretano (México). *Turismo y patrimonio*, 17, 45-60.
<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.03>
- Nebreda, M. (2022). Diferencias entre hostelería y restauración. *Campus Training*
<https://www.campustraining.es/noticias/diferencias-hosteleria-restauracion/#:~:text=La%20host>
- World Commission on Environment and Development (1987). *Nuestro futuro común*. Nairobi.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S20112106202300010007000045&lng=en
- Oportus, J. (11 de abril de 2022). ¿Qué beneficios obtienen los restaurantes sustentables? *NoticiasYa*. <https://noticiasya.com.co/que-beneficios-obtienen-los-restaurantes-sustentables/>
- Osorio, M. y Castillo, M. (2011). *Entorno del Turismo. Perspectivas*. Universidad Autónoma del Estado de México
- Oxford University Press (2015). "Gastronomy | Definition of gastronomy". Oxford Dictionaries. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/gastronomy>.
- Perelló, J. (2010). *Metodología de la investigación social*. Dykinson.
- Pérez, S. (2022). 5 beneficios de la sostenibilidad empresarial. *Team Lewis*.
<https://www.teamlewis.com/es/revista/beneficios-sostenibilidad-empresarial/>
- Porrás Barajas, N. (2017). Una mirada a la sostenibilidad en la gestión de proyectos. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 12(3), 328-344.
[http://www.spentamexico.org/v12-n3/A20.12\(3\)328-344.pdf](http://www.spentamexico.org/v12-n3/A20.12(3)328-344.pdf)

- Reyes-Uribe, A. C., Guerra-Avalos, E. A. y Quintero-Villa, J. M. (2017). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. *El periplo sustentable*, (32).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000100009
- Salcedo, M. P., Reboloso, F. y Barber, C. M. (2010). El desarrollo sustentable. Modelo de conciliación entre el progreso económico, la justicia social y la preservación del medio ambiente. *Gestión y estrategia*, (37), 17-31. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2010n37/Salcedo>
- Sanahuja, A. B. (2022). ¿Qué impacto medioambiental tiene el desperdicio de alimentos?. *El País*. <https://elpais.com/ciencia/las-cientificas-responden/2022-0406/que-impacto-ambiental-tiene-el-desperdicio-de-alimentos-.html?outputType=amp>
- Schlüter, R. (2003). Turismo y patrimonio gastronómico: una perspectiva. Buenos Aires: CIET, 2003.
- SINTAC (2023). *Certificados de Sostenibilidad*. <https://sintac.es/certificados-de-sostenibilidad/#:~:text=Un%20certificado%20de%20sostenibilidad%20es,%2C%20proyecto%2C%20proceso%20o%20producto.>
- Serrano Amado, A. M. y Cazares, I. (2019). La sostenibilidad factor determinante para el turismo en Colombia. *Revista Espacios*, 40(13) <https://www.revistaespacios.com/a19v40n13/a19v40n13p12.pdf>
- Silvius, G. y Tharp, J. (2013). Sustainability integration for Effective Project Management. *IGI Global*. [doi:10.4018/978-1-4666-4177-8.ch011](https://doi.org/10.4018/978-1-4666-4177-8.ch011)
- Slow Food (19 julio de 2018). ¡Fincas Slow! El nuevo proyecto de Slow Food Cuba. *Slowfood*. <https://www.slowfood.com/es/fincas-slow-el-nuevo-proyecto-de-slow-foodcuba/>

- State, C. y Popescu, D., (2022). Good practices for overcoming the impact of the Sars-Cov-2 crisis on the HoReCa industry. *Amfiteatru Economic*,24(59), 289-300. <https://doi.org/10.24818/EA/2022/59/289>
- Supercash (2020). ¿Cómo conseguir que tu restaurante sea sostenible? <https://www.supercash.es/blog-hosteleria/restaurante-sostenible/>
- Tommasetti, A., Singer, P., Troisi, O. y Maione, G. (2018). Extended theory of planned behavior (ETPB): investigating customers' perception of restaurants' sustainability by testing a structural equation model. *Sustainability* 10(7), 2580. <https://doi.org/10.3390/su10072580>
- Vacas, T. (2017). *Hacia un turismo gastronómico sostenible en Segovia. Propuesta comunicativa para avanzar en la gobernanza y nuevos productos turísticos*. [Tesis de Maestría Universidad de Valladolid. España] [https://www.academia.edu/108460828/Hacia_un_turismo_gastronómico sostenible en Segovia Propuesta comunicativa para avanzar en la gobernanza y nuevos productos turísticos](https://www.academia.edu/108460828/Hacia_un_turismo_gastron%C3%B3mico_sostenible_en_Segovia_Propuesta_comunicativa_para_avanzar_en_la_gobernanza_y_nuevos_productos_tur%C3%ADsticos)
- Velasco, A. (12 de abril de 2019). Restaurante sostenible, gastronomía que cuida el planeta. *El Mundo*.<https://planetainteligente.elmundo.es/2019/eco/restaurante-sostenible-gastronomia-que-cuida-el-planeta.html>
- Venázio, E. y Santos, A. (2020). Conscientização e sustentabilidade aplicada na gastronomia, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 28 (junio/junho 2020) <http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes28gastronomia-sustentavel>

ANEXOS

Anexo 1. Guía de Entrevista

1. ¿Qué aspectos marcan el interés inicial por la sostenibilidad de Palmares, S.A.?
2. En materia de sostenibilidad qué ha venido haciendo la Empresa en los últimos años.
3. ¿Existe potencialidades en Cuba (La Habana) para el desarrollo de la gastronomía sostenible y para crear restaurantes sostenibles? ¿Podría ser a corto, mediano o a largo plazo?
4. ¿Cree que a los turistas actuales les interesa visitar restaurantes sostenibles?
5. ¿Para Ud. qué es un restaurante sostenible?
6. ¿Por qué fue seleccionado específicamente el restaurante Fabio para iniciar prácticas sostenibles?
7. Puesto que se aborda el tema certificación de restaurante sostenible, quién sería la institución encargada para llevarlo a cabo en el país.
8. ¿Qué acciones ha tomado el restaurante Fabio camino a la sostenibilidad?
9. ¿Cuáles son los principales proveedores con los que aborda el abastecimiento de productos ecológicos?
10. ¿El restaurante ha participado en eventos o está asociado a instituciones o proyectos que promueven la sostenibilidad en la restauración?
11. ¿Qué objetivos tiene trazado el restaurante a mediano y largo plazo?

Anexo 2. Sostenibilidad en el restaurante Fabio

Estimado colaborador:

Se solicita su ayuda para completar el siguiente cuestionario que tributará a la realización de un trabajo investigativo auspiciado por la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana. En este estudio se analiza la implementación de prácticas sostenibles en el restaurante "Fabio".

Sus sugerencias cuentan, y en caso de mostrar interés por los resultados obtenidos, comuníquelo y le serán enviados.

Gracias por su colaboración.

Orlando Rodríguez Montero

(orlyrdguez01@gmail.com)

1. Sexo

- Femenino
- Masculino

2. Edad

- Menos de 15 años: Generación A
- Entre 15 y 29 años: Generación Z
- Entre 30 y 44 años: Generación Y o Millennials
- Entre 45 y 59 años: Generación X
- Entre 60 y 78 años: Generación Boomers
- Más de 79 años: Generación Silenciosa

3. Nivel Escolar

- Básico
- Medio Superior
- Superior
- Ninguno

4. ¿Con qué frecuencia visita restaurantes?

- Usualmente
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

5. ¿Posee alguna noción sobre sostenibilidad?
 Sí
 No
6. ¿Sabe qué es un restaurante sostenible?
 Sí
 No
7. ¿Conoce qué el restaurante "Fabio" se prepara para implementar la sostenibilidad?
 Sí
 No
8. ¿Ha visitado el restaurante "Fabio" en los últimos dos años?
 Sí
 No
9. De responder de manera afirmativa la pregunta anterior, diga con qué frecuencia
Una vez___ De 2 a 4 veces___ Más de 4 ___
10. ¿Lo visitaría cuándo sea un restaurante sostenible?
 Sí
 No
11. ¿Considera importante que dicho restaurante sea sostenible?
 Sí
 No
12. De responder de manera afirmativa la pregunta anterior diga ¿Por qué?
 Manejo responsable de residuos
 Disminuye la contaminación ambiental
 Ahorro energético e hídrico
 Impulsa la economía circular
 Promueve una alimentación más saludable y nutritiva
 Favorece el crecimiento económico de la localidad
 Contribuye al desarrollo local
Otra _____

Anexo 3. Prueba de experticia

Usted ha sido seleccionado como posible experto de una investigación que realiza la Facultad de Turismo sobre la creatividad en la culinaria cubana, por favor sírvase responder las preguntas que se enuncian a continuación para determinar su grado de experticia en el tema.

1. Marque con una (x) en la casilla que corresponda a partir del grado de **conocimiento** que usted posee sobre el tema.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Marque con una (x) cuál de las fuentes ha influido más en su conocimiento de acuerdo con los niveles ALTO (A), MEDIO (M) y BAJO (B)

Fuentes de argumentación	Grado de influencia		
	Alto	Medio	Bajo
Información teórica			
Experiencia práctica			
Publicaciones de autores nacionales			
Publicaciones de autores extranjeros			
Cursos de actualización en el tema			
Intuición			

Tabla para calcular el Coeficiente de Argumentación

Fuentes de argumentación	Grado de influencia		
	Alto	Medio	Bajo
Información teórica	0,27	0,21	0,13
Experiencia práctica	0,24	0,22	0,12
Publicaciones de autores nacionales	0,14	0,10	0,06
Publicaciones de autores extranjeros	0,08	0,06	0,04
Cursos de actualización en el tema	0,09	0,07	0,05
Intuición	0,18	0,14	0,10

Anexo 4. Resultado general de la prueba de Kruskal Wallis

Variables	Significación (p<0,05)		
	Sexo	Edad	Nivel escolar
Frecuencia visita restaurantes	ns	*	*
Noción sobre sostenibilidad	ns	*	*
Conocimineto sobre restaurants sostenibles	ns	ns	ns
Conocimiento restaurant e sostenible	ns	ns	ns
Conocimiento implementación de la sostenibilidad en el Fabio	*	ns	ns
Visita al Fabio en los últimos años	*	*	ns
Frecuencia visita en los últimos años	*	ns	ns
Lo visitaría cuando fuese sostenible	ns	*	*
Importancia de que fuese sostenible	ns	*	ns
Manejo responsable residuos	ns	*	*
Disminución contaminación ambiental	ns	ns	ns
Ahorro energético e hídrico	ns	ns	ns
Impulsa la economía circular	ns	ns	*
Promueve alimentación sana y nutritiva	ns	ns	ns
Crecimineto económico de la localidad	ns	ns	ns
Contribución al desarrollo local	ns	ns	ns

Leyenda

(ns): no existe diferencia significativa

(*): existe diferencia significativa p<0,05

Anexo 5. Lista de Chequeo

Verificación de prácticas sostenibles en el Restaurante "Fabio"

No.	Requisitos a Observar	Cumplimiento			Observaciones
		Sí	Parcial	No	
1	Mobiliario				
1.1	Se utilizan muebles ecológicos de servicio (mesas, sofás, sillas, estanterías, armarios, y banquetas para el bar y bebés) así como escritorios, lámparas y objetos de decoración fabricados con materiales naturales o reciclados de poco o ningún impacto ambiental.				
2	Lencería				
2.1	Uniformes, delantales, litos, mantelería, toallas y servilletas elaborados con tejidos sostenibles (reciclados, orgánicos, veganos, biodegradables).				
3	Vajilla, cristalería y cubertería (Utensilios)				
3.1	Se emplean utensilios de madera, metal, cristal, cerámica y rocas.				
3.2	Se evita el uso de plásticos y en su lugar: embalajes, envases, cubiertos, agitadores y absorbentes biodegradables.				
4	Limpieza y desinfección				
4.1	Jabones, detergentes, limpiadores multiusos y papel higiénico ecológicos o productos caseros naturales a base de vinagre, arcilla, ceniza, bicarbonato de sodio y aceites esenciales.				
4.2	Cepillos y estropajos biodegradables.				
5	Electrodomésticos y Climatización				
5.1	Utilizan equipos y electrodomésticos de eficiencia energética.				
5.2	Se aprovechan fuentes de energía renovables, como paneles solares para la iluminación y otras.				
5.3	Utilización de la luz solar.				
5.4	Se emplean luminarias LED.				
5.5	Los equipos de refrigeración utilizan refrigerantes ecológicos y/o refrigeración por absorción.				
5.6	La temperatura interior con el aire acondicionado en funcionamiento oscila entre los 24 y 26 °C.				
5.7	Medidas para la optimización de la climatización como la eliminación de hendiduras, la instalación de puertas con brazo hidráulico, ventilación natural y otras.				
6	Agua y recursos hídricos				
6.1	Se promueve el uso responsable del agua y el correcto funcionamiento de grifos y sanitarios.				
6.2	Se utilizan dispositivos de ahorro como grifos y sanitarios eficientes.				
6.3	Se evita el uso del agua embotellada y se ofrecen alternativas como la filtración del agua.				

6.4	En la elaboración de cócteles y cafés se utiliza agua limpia, suave y libre de cloro.				
6.5	Utilización de calentadores solares.				
7	Gestión de residuos				
7.1	Sistema de depuración de aguas residuales.				
7.2	Trampas de grasas en los desagües.				
7.3	Trampas para sólidos en los drenajes.				
7.4	Reutilización de aguas grises.				
7.5	Almacenamiento y uso de agua pluvial.				
7.6	Clasificación de la basura.				
7.7	Reciclaje de plásticos, metales, vidrio, papel, cartón.				
7.8	Reutilización de grasas y aceites en cosméticos, ceras, velas, pinturas y otros.				
7.9	Desechos orgánicos destinados al compostaje, abonos o alimento animal.				
7.10	Cocina de aprovechamiento o donaciones a instituciones o necesitados.				
8	Adquisición de productos y servicios				
8.1	Se prioriza la compra de alimentos locales, frescos y de temporada libre de aditivos.				
8.2	Se da preferencia a productos orgánicos y de agricultura sostenible.				
8.3	Se evita la compra de especies amenazadas o en peligro de extinción.				
8.4	Poseen huerto, canteros o masetas propias donde cultivar especias y otros productos agrícolas.				
8.5	Transporte de mercancías en vehículos de cero emisiones.				
8.6	Se obtienen productos mediante el comercio justo				
8.7	Productos preferiblemente directo desde el productor sin intermediarios.				
8.8	Compra de productos en recipientes de mayor capacidad como vinos, jugos y cervezas en barriles, etc.				
8.9	Utilización de productos caseros antes que industriales.				
8.10	Los productos ecológicos, orgánicos y locales muestran certificación que lo acredite.				
9	Menú Sostenible				
9.1	Se promueve el consumo de cereales, vinos, viandas, vegetales, frutas y productos del mar.				
9.2	Consumo responsable de carnes rojas, grasas, huevos, productos lácteos, azúcares y sales.				
9.3	Elaboraciones saludables compensadas entre hidratos de carbono, proteínas y grasas.				
9.4	Utilización de nuevas técnicas gastronómicas.				
9.5	Preferencia al aceite vegetal.				
9.6	Contraste de sabores, colores, texturas.				

9.7	Cocina étnica y de autor.				
9.8	Indica el origen de sus productos ofrecidos.				
9.9	El menú consta de entrantes, platos principales, postres, guarniciones y líquidos.				
9.10	Cócteles sostenibles con baja graduación alcohólica.				
10	Educación y sensibilización				
10.1	El restaurante colabora y proporciona información sobre sus prácticas sostenibles a clientes e instituciones.				
10.2	Promueve la educación ambiental en los empleados y se les capacita.				
10.3	Se realizan campañas de sensibilización sobre la importancia de la sostenibilidad y conservación del medioambiente.				
11	Generales				
11.1	Reducción del consumo de papel mediante el almacenamiento digital sin necesidad de imprimir, programas informáticos que optimicen procesos manuales, y facturas y menús en formato digital.				
11.2	Papelería y material de oficina sostenible.				
11.3	Transparencia y rendición de cuentas				

Anexo 6. Lista de Chequeo Aplicada

No.	Requisitos a Observar	Cumplimiento			Observaciones
		Sí	Parcial	No	
1	Mobiliario				
1.1	Se utilizan muebles ecológicos de servicio (mesas, sofás, sillas, estanterías, armarios, y banquetas para el bar y bebés) así como escritorios, lámparas y objetos de decoración fabricados con materiales naturales o reciclados de poco o ningún impacto ambiental.	X			
2	Lencería				
2.1	Uniformes, delantales, litos, mantelería, toallas y servilletas elaborados con tejidos sostenibles (reciclados, orgánicos, veganos, biodegradables).	X			
3	Vajilla, cristalería y cubertería (Utensilios)				
3.1	Se emplean utensilios de madera, metal, cristal, cerámica y rocas.	X			
3.2	Se evita el uso de plásticos y en su lugar: embalajes, envases, cubiertos, agitadores y absorbentes biodegradables.	X			
4	Limpieza y desinfección				
4.1	Jabones, detergentes, limpiadores multiusos y papel higiénico ecológicos o productos caseros naturales a base de vinagre, arcilla, ceniza, bicarbonato de sodio y aceites esenciales.			X	
4.2	Cepillos y estropajos biodegradables.			X	
5	Electrodomésticos y climatización				
5.1	Utilizan equipos y electrodomésticos de eficiencia energética.		X		
5.2	Se aprovechan fuentes de energía renovables, como paneles solares para la iluminación y otras.			X	En inversión a largo plazo
5.3	Utilización de la luz solar.	X			
5.4	Se emplean luminarias LED.	X			
5.5	Los equipos de refrigeración utilizan refrigerantes ecológicos y/o refrigeración por absorción.			X	
5.6	La temperatura interior con el aire acondicionado en funcionamiento oscila entre los 24 y 26 °C.	X			
5.7	Medidas para la optimización de la climatización como la eliminación de hendiduras, la instalación de puertas con brazo hidráulico, ventilación natural y otras.	X			
6	Agua y recursos hídricos				
6.1	Se promueve el uso responsable del agua y el correcto funcionamiento de grifos y sanitarios.	X			
6.2	Se utilizan dispositivos de ahorro como grifos y sanitarios eficientes.			X	
6.3	Se evita el uso del agua embotellada y se ofrecen alternativas como la filtración del agua.	X			

6.4	En la elaboración de cócteles y cafés se utiliza agua limpia, suave y libre de cloro.	X			
6.5	Utilización de calentadores solares.	X			
7	Gestión de residuos				
7.1	Sistema de depuración de aguas residuales.			X	En inversión
7.2	Trampas de grasas en los desagües.	X			
7.3	Trampas para sólidos en los drenajes.			X	
7.4	Reutilización de aguas grises.			X	
7.5	Almacenamiento y uso de agua pluvial.			X	
7.6	Clasificación de la basura.			X	
7.7	Reciclaje de plásticos, metales, vidrio, papel, cartón.			X	
7.8	Reutilización de grasas y aceites en cosméticos, ceras, velas, pinturas y otros.			X	
7.9	Desechos orgánicos destinados al compostaje, abonos o alimento animal.	X			
7.10	Cocina de aprovechamiento o donaciones a instituciones o necesitados.	X			
8	Adquisición de productos y servicios				
8.1	Se prioriza la compra de alimentos locales, frescos y de temporada libre de aditivos.		X		
8.2	Se da preferencia a productos orgánicos y de agricultura sostenible.		X		
8.3	Se evita la compra de especies amenazadas o en peligro de extinción.	X			
8.4	Poseen huerto, canteros o masetas propias donde cultivar especias y otros productos agrícolas.		X		
8.5	Transporte de mercancías en vehículos de cero emisiones.			X	
8.6	Se obtienen productos mediante el comercio justo	X			
8.7	Productos preferiblemente directo desde el productor sin intermediarios.		X		
8.8	Compra de productos en recipientes de mayor capacidad como vinos, jugos y cervezas en barriles, etc.			X	
8.9	Utilización de productos caseros antes que industriales.		X		
8.10	Los productos ecológicos, orgánicos y locales muestran alguna certificación que lo acredite.			X	
9	Menú Sostenible				
9.1	Se promueve el consumo de cereales, vinos, viandas, vegetales, frutas y productos del mar.	X			
9.2	Consumo responsable de carnes rojas, grasas, huevos, productos lácteos, azúcares y sales.	X			
9.3	Elaboraciones saludables compensadas entre hidratos de carbono, proteínas y grasas.	X			
9.4	Utilización de nuevas técnicas gastronómicas.		X		
9.5	Preferencia al aceite vegetal.	X			
9.6	Contraste de sabores, colores, texturas.	X			

9.7	Cocina étnica y de autor.	X			
9.8	Indica el origen de sus productos ofrecidos.			X	
9.9	El menú consta de entrantes, platos principales, postres, guarniciones y líquidos.	X			
9.10	Cócteles sostenibles con baja graduación alcohólica.	X			
10	Educación y sensibilización				
10.1	El restaurante colabora y proporciona información sobre sus prácticas sostenibles a clientes e instituciones.		X		
10.2	Promueve la educación ambiental en los empleados y se les capacita.	X			
10.3	Se realizan campañas de sensibilización sobre la importancia de la sostenibilidad y conservación del medioambiente.			X	
11	Generales				
11.1	Reducción del consumo de papel mediante el almacenamiento digital sin necesidad de imprimir, programas informáticos que optimicen procesos manuales, y facturas y menús en formato digital.		X		Carta menú mediante código QR.
11.2	Papelería y material de oficina sostenible.			X	Antes lo utilizaban.
11.3	Transparencia y rendición de cuentas	X			

