



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



Escola Tècnica Superior
d'Enginyeria Agronòmica i del Medi Natural

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica
y del Medio Natural

La innovación en el ámbito de los alimentos: análisis de los
procedimientos, su protección legislativa y el
comportamiento del consumidor

Trabajo Fin de Grado

Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos

AUTOR/A: Pallas Anoro, Julia

Tutor/a: Ramón Fernández, Francisca

CURSO ACADÉMICO: 2022/2023



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



Escuela Técnica Superior
de Ingeniería Agronómica
y del Medio Natural

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA AGRONÓMICA Y
DEL MEDIO NATURAL

“LA INNOVACIÓN EN EL ÁMBITO DE LOS ALIMENTOS:
ANÁLISIS DE LOS PROCEDIMIENTOS, SU PROTECCIÓN
LEGISLATIVA Y EL COMPORTAMIENTO DEL
CONSUMIDOR”

Trabajo Final de Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos

ALUMNO:

JULIA PALLÁS ANORO

TUTOR:

DRA. FRANCISCA RAMÓN FERNANDEZ

CURSO ACADÉMICO:

2022-2023

Valencia, Junio 2023

LA INNOVACIÓN EN EL ÁMBITO DE LOS ALIMENTOS: ANÁLISIS DE LOS PROCEDIMIENTOS, SU PROTECCIÓN LEGISLATIVA Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

RESUMEN

La innovación en el ámbito de la gastronomía se ha visto influenciada por los distintos procedimientos que se pueden aplicar: esferificación, cocina molecular, presentación de los platos para transmitir sensaciones. Toda innovación supone un acto que en el ámbito jurídico tiene una protección, para evitar el plagio, y dotar a una receta de originalidad. Los sentidos influyen a la hora de que una persona decida consumir un determinado producto. En este trabajo se van a analizar los distintos procedimientos que suponen una innovación gastronómica, determinando cuál es la protección que le concede el Derecho, y se completará con una encuesta para determinar el comportamiento del consumidor sobre la importancia que tiene la innovación en el ámbito de la gastronomía.

ABSTRACT

Innovation in the field of gastronomy has been influenced by the different processes that can be applied: Spherification, molecular cuisine, presentation of dishes to transmit sensations. All innovation is an act that is legally protected to avoid plagiarism and to give a recipe originality. The senses influence a person's decision to consume a certain product. This study will analyse the different procedures involved in gastronomic innovation, determining the protection granted by the law, and will be completed with a survey to determine consumer behaviour on the importance of innovation in the field of gastronomy.

RESUM

La innovació en l'àmbit de la gastronomia s'ha vist influenciada pels diferents procediments que es poden aplicar: esferificació, cuina molecular, presentació dels plats per a transmetre sensacions. Tota innovació suposa un acte que en l'àmbit jurídic té una protecció, per a evitar el plagio, i dotar a una recepta d'originalitat. Els sentits influeixen a l'hora que una persona decidisca consumir un determinat producte. En aquest treball s'analitzaran els diferents procediments que suposen una innovació gastronòmica, determinant quina és la protecció que li concedeix el Dret, i es completarà amb una enquesta per a determinar el comportament del consumidor sobre la importància que té la innovació en l'àmbit de la gastronomia.

Palabras clave: Gastronomía; sentidos; proceso; emociones

Key words: Gastronomy; feelings; process; emotion

Paraules clau: Gastronomia; sentits; procés; emocions

Autora: Julia Pallás Anoro

Tutora: Dra. Francisca Ramón Fernández

AGRADECIMIENTOS

A mi familia y amigos de siempre, que aun estando lejos de casa les he sentido muy cerca notando su cariño y apoyo.

A mis amigos de la universidad y personas que he conocido en esta etapa, por hacer de Valencia y Cracovia mi hogar durante estos años y hacerme crecer como persona.

ACKNOWLEDGEMENTS

To my family and lifelong friends, who even being far from home, I have felt very close to them, feeling their love and support.

To my friends from the university and the people I have met during this stage, for making Valencia and Krakow my home during these years and for making me grow as a person.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
2. OBJETIVOS.....	- 2 -
2.1 Objetivos generales.....	- 2 -
2.2 Objetivos específicos.....	- 2 -
3. MATERIALES Y MÉTODOS	- 3 -
4. LA INNOVACIÓN GASTRONÓMICA.....	- 3 -
5. EL SUJETO Y LOS SENTIDOS EN RELACIÓN CON LA INNOVACIÓN GASTRONÓMICA	- 5 -
5.1 La vista	- 6 -
5.2 El oído	- 8 -
5.3 El gusto.....	- 9 -
5.4 El olfato	- 11 -
5.5 El tacto	- 12 -
6. LEGISLACIÓN APLICABLE A LA INNOVACIÓN GASTRONOMICA	- 13 -
6.1 Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, de la Ley de Propiedad Intelectual.....	- 13 -
6.2 Ley 1/2019, de 20 de febrero, de Secretos Empresariales	- 14 -
6.3 Derechos de Propiedad Industrial.....	- 15 -
6.3.1 Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes.....	- 15 -
6.3.2 Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.....	- 16 -
6.3.3 Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial	- 17 -
7. ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE LA POBLACIÓN SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LA GASTRONOMÍA A TRAVÉS DE LOS SENTIDOS.....	- 18 -
7.1 Objeto y justificación	- 18 -
7.2 Metodología.....	- 18 -
7.3 Sujetos participantes.....	- 18 -
7.4 Resultados.....	- 19 -
7.4.1 Primera sección de la encuesta.....	- 19 -
7.4.2 Segunda sección de la encuesta	- 21 -
7.4.3 Tercera sección de la encuesta	- 25 -
7.5 Análisis de resultados de la encuesta	- 29 -
7.5.1 Edad	- 29 -
7.5.2 Situación actual y trabajo.....	- 29 -
7.5.3 Preferencia alimentaria.....	- 30 -
7.5.4 Compra y cocina.....	- 30 -
7.5.5 Elección de un establecimiento y preparación	- 30 -

7.5.6 Elección de la preparación y cualidades	- 31 -
7.5.7 Preparaciones de las empresas.....	- 31 -
8. CONCLUSIONES	- 31 -
9. BIBLIOGRAFÍA.....	- 32 -
10. ANEXO I. Encuesta.....	- 36 -
11. ANEXO II. Resultados de la encuesta	- 42 -

Índice de figuras

Figura 1. Evolución de la espuma caliente de patatas "tortilla de patatas" de Marc Singla.	2 -
Figura 2. Análisis sensorial de palomitas presentadas en platos de diferentes colores	6 -
Figura 3. Escalas de sensaciones medidas respecto al uso de vasos (Barra blanca) de diferentes materiales con té (Barra clara), y refresco (Barra oscura)	7 -
Figura 4. Parámetros medidos; Condición del oído, tipo de alimento y sexo, medidos en el estudio	8 -
Figura 5. "The Chef's table", mesa interactiva donde se realiza la experiencia gastronómica multisensorial	11 -
Figura 6. Cucharas de acero inoxidable galvanizadas de los distintos metales utilizadas en el estudio	12 -
Figura 7. Marca de forma MUE 010532653, correspondiente a la botella de cristal de Coca-cola	17 -
Figura 8. Decoración exterior del restaurante Peggy Sue, N° 0523987	18 -
Figura 9. Pintxo de huevo con patatas y chistorra de "La Cocina de Senén"	26 -
Figura 10. Nighiri de AHIMI, de "Ocean Hugger Foods"	27 -
Figura 11. Preparación "Pasta Primavera Bowl" de "Anina"	28 -
Figura 12. Preparación lista para consumir de "Anina"	28 -

Índice de tablas

Tabla 1. Cualidades sensoriales asociadas a diferentes estímulos trigeminales y sensaciones atribuidas a ellos	10 -
Tabla 2. Rangos de edad de los encuestados	19 -
Tabla 3. Situación actual de los encuestados	19 -
Tabla 4. Trabajos desempeñados por los encuestados	20 -
Tabla 5. Preferencia alimentaria de los encuestados	21 -
Tabla 6. Resultados sobre la compra en el hogar	21 -
Tabla 7. Resultados sobre el hábito de cocinar	22 -
Tabla 8. Resultados sobre hábitos a la hora de cocinar	23 -
Tabla 9. Preferencias sobre la elección de un establecimiento gastronómico	24 -
Tabla 10. Preferencias sobre la elección de una preparación	24 -
Tabla 11. Preferencias en las cualidades de una preparación	25 -
Tabla 12. Pregunta sobre la elaboración "Pintxo de huevo y chistorra"	26 -
Tabla 13. Pregunta sobre la elaboración de "Falso nighiri de atún"	27 -
Tabla 14. Pregunta sobre el plato de quinta gama de la empresa ANINA	29 -

1. INTRODUCCIÓN

Desde que el humano se encuentra en la tierra, el acto de comer ha venido siendo una de las funciones vitales a suplir y únicamente se trataba como tal. Y bien es cierto que se han dado numerosos hitos en la humanidad, la mayoría de ellos de forma espontánea y por error, que han facilitado y mejorado **la conservación, el cocinado y aprovechamiento de los alimentos**.

Mediante el fuego la carne cambia de color, por las reacciones de Maillard, y se vuelve más compacta al darse la desnaturalización de las proteínas. También se tiene en cuenta la esterilización y aparece el método de la apertización, muy útil en largos trayectos de viaje. El melocotón se introduce en un tarro de cristal bien cerrado con agua y azúcar (líquido de gobierno) y se sumerge en agua caliente para evitar un crecimiento microbiológico. En definitiva, se observa que los parámetros de la temperatura, la presión, la luz, el tiempo a los que se somete un alimento son importantes y determinan el producto final. Realmente se podría concluir que se obtiene un alimento “procesado”, pues la materia prima ha experimentado un cambio físico o químico y su aspecto, color, olor o sabor.

Después se han experimentado y estudiado técnicas y procesos para obtener **una mayor optimización y calidad nutricional del alimento**. Siendo el humano consciente de esos cambios en el alimento, este quiere averiguar de qué se componen los alimentos y así obtener nuevos productos a partir de un único alimento. Un claro ejemplo es la leche: Se observó que sometiendo a diferentes situaciones como cambios de temperatura, tiempo, adición de microorganismos entre otros, se obtienen los subproductos nata, suero, mantequilla o yogur (McGee, 2004). El procesado de alimentos tiene también su parte negativa, y es que en algunas ocasiones y para ciertos productos son utilizados grasas trans, azúcares refinados y aditivos para obtener productos apetecibles para el consumidor y económicamente beneficiosos para la industria. Por ello están habiendo cambios en la alimentación y gastronomía: el uso de ciertos productos pone en duda la conveniencia de su consumo. Unido a todo ello, existen organizaciones y agencias nacionales e internacionales que tratan aspectos tan relevantes en la alimentación como la seguridad o legislación alimentaria. Entre ellas se encuentra la European Food Safety Authority (EFSA), Food and Agriculture Organization of the United States (FAO), Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), European Sensory Network (ESN).

Y hoy en día, con esa información se ha querido dar un paso más e innovar en el **aspecto organoléptico y sensorial** (Battino et al., 2023) que emerge una preparación y el entorno que le rodea. Se reexaminan y desacreditan algunas de las reglas básicas de la cocina y se presentan nuevas o mejoradas formas de preparar y presentar un producto o plato (This, 2006). Un claro ejemplo es la preparación de la tortilla de patata realizada por el “chef” español Ferrán Adrià (**Figura 1**). Se trata de una copa de cóctel con una confitura de cebolla en la base, crema de huevo y espuma de patata (Staff, 2018), una forma totalmente diferente de emplatarlo a lo que estamos acostumbrados a ver. También la forma de degustarla, por el uso de las técnicas, totalmente nulas en la preparación tradicional de una tortilla de patata.

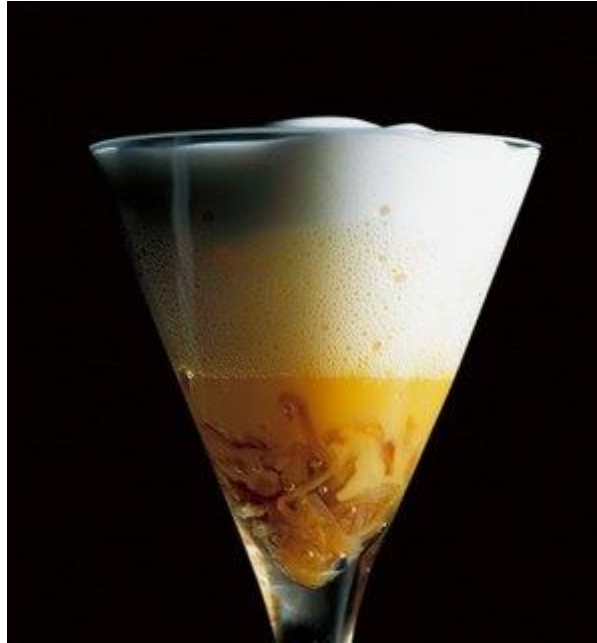


Figura 1. Evolución de la espuma caliente de patatas "tortilla de patatas" de Marc Singla.

Fuente:http://www.elbulli.com/catalogo/catalogo/anyo_familia.php?lang=es&id_familia=5&anyo=1998&id=491

Actualmente, todo lo relativo al comer se ha convertido en uno de los pilares de la economía y el disfrute en nuestra sociedad. Como persona que quiere desarrollar un concepto relativo a la alimentación como la preparación mencionada, un libro de cocina, abrir su propio negocio gastronómico, lanzar al mercado un instrumento de cocina para la optimización de tiempo en el cocinado... deben tenerse en cuenta ciertos aspectos antes de sacar sus ideas a la luz.

Para que esta preparación dote de una distinción reconocida, o bien no se encuentre o reproduzca en otro lugar de igual forma, se quiera obtener beneficio económico... la persona tiene el derecho de poder decidir qué hacer con su creación, según el **Art 20** de la Constitución Española, y se encuentran a su disposición herramientas para ello.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivos generales

En el presente trabajo se van a desarrollar conceptos relativos a la evolución e innovación en la cocina e industria alimentaria. Se va a realizar un análisis de estudios y experimentos del ámbito gastronómico mediante una búsqueda bibliográfica y relevante. De igual modo, se verá como de importante es la percepción y comportamiento de la población respecto a esa innovación. Además, se analizará el marco legislativo aplicable a toda innovación gastronómica.

2.2 Objetivos específicos

- Definir algunos conceptos de importancia relacionados con la innovación gastronómica y el análisis de sus procedimientos.

- Entender el papel de los sentidos como responsables de la percepción, hacer brotar sentimientos, ideas, sensaciones, a través de experimentos y proyectos, con el fin de recabar información para la aplicación en el ámbito inventivo.
- Recopilar las bases legislativas concernientes a la innovación gastronómica para su protección.
- Responder a diversas cuestiones relacionada con la percepción y comportamiento del consumidor en lo referente a la industria alimentaria y gastronomía.

3. MATERIALES Y MÉTODOS

El proyecto ha sido llevado a cabo por medio de una exhaustiva búsqueda de información recabada en numerosas fuentes científicas y veraces.

Para la búsqueda de información de carácter científico y social han sido utilizadas diferentes bases de datos como ScienceDirect, PubMed, BioMed Central (BMC), Riunet. También se han consultado libros físicos referentes a la ciencia gastronómica, física y química aplicada a la cocina y derecho proporcionados por la Biblioteca de la Universitat Politècnica de València.

Respecto al material audiovisual, se han consultado varias páginas web de diversas entidades y Youtube.

En lo referente a la consulta de material jurídico, un punto de búsqueda ha sido el Boletín Oficial de Estado (BOE), además de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO). En lo referente a ejemplos, las bases de datos vinculadas a las organizaciones mencionadas.

El cuestionario final se realiza mediante la plataforma Google forms y el análisis de datos mediante el programa Excel.

4. LA INNOVACIÓN GASTRONÓMICA

A continuación, se explican algunas ideas o conceptos relevantes que conciernen a lo que es una innovación gastronómica.

Bromatología

Palabra griega donde “*bromatos*” significa “del alimento”, es la ciencia que estudia en profundidad todo lo relacionado con el alimento. Su composición, nutrientes y demás sustancias, cualidades organolépticas, características fisicoquímicas, comportamiento frente su producción y futura manipulación, conservación (Hub, 2020).

Cocina reflexiva

Para *Jean-Anthelme Brillat-Savarin*, jurista y gastrónomo francés autor de la “Fisiología del gusto”, significa “prestar atención a lo que nuestros sentidos nos dicen mientras preparamos la comida, relacionar esa información con la experiencia pasada y con el conocimiento de lo que le está ocurriendo a la sustancia interna del alimento, y ajustar la preparación de acuerdo con todo ello” (Brillat-Savarin, 1978).

Evaluación sensorial

Según el Instituto de Tecnología de los Alimentos de EEUU (IFT), *“se trata de una disciplina científica utilizada para evocar, medir, analizar e interpretar aquellas características de los alimentos al ser percibidas por los sentidos”*. Esta metodología se usa en desarrollo de productos, control de calidad, estudios sobre vida útil e investigación (Penfield y Campbell, 1990).

Gastronomía

“Es el conocimiento inteligente de todo lo que concierne a la alimentación del hombre. Su finalidad es velar por su conservación sugiriéndole el mejor sustento posible” (Brillat-Savarin, 1978). También se asocia *“al conjunto de platos y usos culinarios propios de un determinado país o región”* (RAE, 2022). Es el un conjunto que engloba la historia natural, la física, la química, la cocina, los negocios y la economía política, además de la antropología y cultura. *“Es un arte efímero que se consume, pero se puede repetir y entonces ser así apreciada, conocida y atesorada”* (Mejía et al., 2013).

“Molecular cooking”

Es una temprana y primera aplicación técnica de la “molecular gastronomy”, siendo una técnica culinaria modernizada (This, 2019). También llamada "molecular cuisine" en francés, se trata del hacer uso de herramientas propias de un laboratorio químico en la cocina para realizar técnicas y procedimientos que encaminan una forma pionera de cocinado en los años 80 y forman parte de la gastronomía hoy en día. Algunos utensilios son rotavapores, sifones, además de nitrógeno líquido, agentes espumantes y gelificantes... (Ashley, 2013).

“Molecular gastronomy”

Es definida por uno de sus cofundadores, *Hervé This* como *“una rama de la ciencia que estudia las transformaciones fisicoquímicas de materiales comestibles durante el cocinado y los fenómenos sensoriales que se asocian al comer”,* y *“también busca dar una base sólida al conocimiento práctico explicando por qué las recetas exitosas funcionan y por qué se cometen errores”* (This, 2006). *“Se basa en experimentos y cálculo para llegar a explicar los mecanismos del fenómeno ocurrido. Y en este caso particular se estudia el cómo hacer comida, más concretamente platos a partir de ingredientes”* (This, 2019).

Sinestesia

Concierne a la imagen o sensación subjetiva, propia de un sentido, determinada por otra sensación que afecta a un sentido diferente (RAE, 2023). Es decir, se juega a evocar una sensación a través de más de un sentido y en la gastronomía se juega mucho con este término entre el sentido de la vista, el del gusto o tacto.

La innovación gastronómica

Primeramente, me gustaría definir el concepto de “innovación”, siendo la realización de cambios significativos que permiten dar con soluciones más simples, eficientes y rentables. Si bien es aplicable a cualquier ámbito imaginable, vamos a hablar de la innovación aplicada al campo de la alimentación y gastronomía. Otro aspecto que destacar es el ser conscientes de que toda creación, producto, técnica o proceso, utensilio o instrumento... que hoy en día se

conoce y nos es familiar, tiempo atrás fue una innovación y tuvo éxito al quedarse y formar parte de nuestras vidas.

Una innovación gastronómica no tiene un procedimiento definido como tal, puesto que cada creación (u modificación o mejora) depende de muchos factores, pero sí son relevantes ciertos aspectos que deben tenerse en cuenta para lograr una innovación gastronómica.

Una creación es obviamente aceptada por su inventor, pero el fin mayoritario de las empresas es el económico y que sea **una oportunidad de negocio**. Además un producto o servicio debe encajar con un público objetivo y se crea para sufragar **un deseo o necesidad** del cliente. Pero la empresa también puede sufrir ciertos hándicaps como pueden ser riesgos por una sobreinnovación, o por el contrario ideas poco creativas e innovadoras, “feedback” negativo por parte de su clientela, económica o legislativamente inviable... Pero para ello, la empresa debe estar preparada: se debe dotar de un equipo multidisciplinar que abarque diferentes áreas de conocimiento, identificar problemas y aplicar herramientas como el “brainstorming” o “food design thinking”, escuchar las propuestas y consejos del nicho de mercado al que se ofrece el producto o servicio, entre otros. En definitiva, se debe **dar una solución** al problema planteado.

5. EL SUJETO Y LOS SENTIDOS EN RELACIÓN CON LA INNOVACIÓN GASTRONÓMICA

Las tendencias y deseos del cliente son puntos clave para determinar si una idea puede desarrollarse, ser relevante, útil y satisfacer las necesidades del cliente, que es quien de verdad acepta o rechaza la idea.

Tiempo atrás, los propios consumidores eran los que modificaban o adaptaban los productos ya existentes respecto a sus propias necesidades (von Hippel, 1978) y posteriormente eran las empresas quienes industrializaban las ideas. Pero ahora, la propia empresa es consciente de la importancia de la opinión del consumidor y lo hace participe en el proceso de la innovación.

Algunas filosofías que se aplican son “**User-centred development**” (tiene por objeto la creación de productos que resuelvan necesidades concretas de sus usuarios finales, consiguiendo la mayor satisfacción y mejor experiencia de uso) o “**Consumer-oriented innovation**” (proceso hacia el desarrollo de un nuevo producto o servicio en el que se integra un análisis de los deseos, necesidades y preferencias de los usuarios) (Grunert *et al.*, 2008).

Otros aspectos considerables sobre el consumidor es la formación de la **preferencia**, donde influyen factores personales, socioeconómicos y situaciones específicas. Y las **expectativas de calidad** del consumidor determinan si un nuevo producto se comprará una vez, mientras que el cumplimiento de estas determina si el producto se volverá a comprar de nuevo.

Algunas pruebas que se realizan son con compradores potenciales, pequeños grupos de consumidores cuyo conocimiento es valioso, mediante catas, envío de prototipos, prueba “in situ” del producto o servicio.

Todas las pruebas, filosofías, experimentos mencionados anteriormente son captados por el cliente o consumidor a través de **los sentidos**. Gracias a ellos se tiene la capacidad de captar

estímulos externos e internos, procesarlos y experimentar sensaciones varias. De forma general, una persona cuenta con 5 sentidos, los cuales se encuentran más o menos desarrollados y es a través de ellos como se forma una **calidad sensorial**, que hace que el producto o servicio se acepte o rechace (Baños *et al.*, 2014) por el cliente o comensal y desarrolle una opinión final.

5.1 La vista

“Abarca el espacio y nos enseña, por medio de la luz, la existencia y los colores de los cuerpos que nos rodean” (Brillat-Savarin, 1978).

La percepción visual sobre el plato o alimento es la primera idea que se tiene sobre él y va a influir en la opinión final, pero también es importante el entorno en el que se presenta y todo lo que nuestros ojos pueden abarcar a ver.

El parámetro del **color** es sumamente importante en la industria alimentaria. Gracias a la iluminación en los supermercados, tiendas especializadas, o grandes superficies se observa como la carne se expone bajo luces atenuadas para avivar el rojo sangre o es más brillante en la sección de frutería. Es una forma de hacer más apetecible el producto e incentivar así al consumidor a elegirlo.

Esto se tiene en cuenta a la hora de emplatar un plato, variando el color y forma de este. En el siguiente estudio se probaron palomitas dulces y saladas (**Figura 5**) en platos de igual forma circular de 4 colores (verde, azul, rojo y blanco). Se concluyó que las palomitas saladas eran más dulces en el plato azul o rojo, mientras que las dulces eran más saladas en el azul (Harrar *et al.*, 2011). El fondo donde se presenta la preparación puede crear cierta ilusión óptica que llega a influenciar en la intensidad del sabor (Hutchings, 1994).



Figura 2. Análisis sensorial de palomitas presentadas en platos de diferentes colores

Fuente: (Harrar, Piqueras-Fizman, & Spence, Short and sweet. There's more to taste in a coloured bowl, 2011)

Otro parámetro es el **material** del recipiente (**Figura 3**) y en cómo se siente la persona al beber. El plástico y goma espuma ofrecen sensación de esponjosidad o suavidad mientras que el cristal y cerámica transmiten una sensación agradable en general, según un estudio

(Schifferstein, 2009). La **temperatura** de la bebida también influye y es más placentero beber un té caliente en una taza de cerámica y un refresco frío en un vaso de cristal.

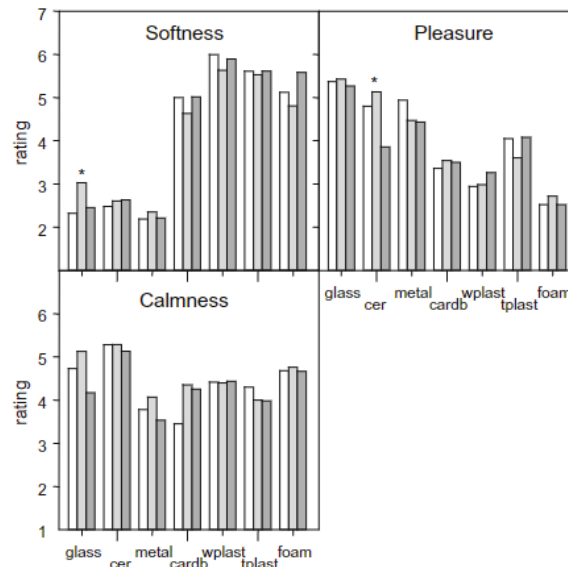


Figura 3. Escalas de sensaciones medidas respecto al uso de vasos (Barra blanca) de diferentes materiales con té (Barra clara), y refresco (Barra oscura)

Fuente: (Schifferstein, 2009)

Otro aspecto es la **forma de presentación del plato**. En el estudio de *James E. Painter* y sus compañeros, se observó que los menús mejor descritos resultan más sabrosos, gustan más y proyectan una mayor cantidad de calorías que los mismos llamados de forma más escueta y simple (Painter *et al.*, 2005).

Y es también muy influyente el **ambiente** en el que el cliente se encuentra a la hora de degustar una preparación. El cineasta *Jamie Webster* es el encargado de realizar la proyección en 360º de la experiencia “*Sensorium*”, una cena inmersiva realizada bajo la marca de bebidas *Stella Artois*. Como ejemplo comenta que durante el plato de entrada que está compuesto por verduras se proyectan en las paredes del lugar unas hojas verdes. Posteriormente se realiza un zoom en ellas a nivel superficial donde se aprecia una sensación de frescura que aportan gotas de agua y luces que emulan las sustancias que justo se están injiriendo y finalmente se enseña un zoom a nivel molecular obtenido gracias a un microscopio (Webster, 2015).

También tienen en cuenta en el mercado la primera impresión que se lleva el consumidor al visualizar el producto, y numerosas empresas apuestan por el **packaging**. Hoy en día se buscan nuevos materiales, formas de reciclaje y mejor compostaje, haciendo hincapié en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y se desarrollan nuevos productos como la pajita comestible libre de plásticos de “*SORBOS*”. Todo ello está íntimamente ligado al neuromarketing, atrayendo la atención del público y conectando con el cliente de forma racional y emocional, estimulándolo (Mengual *et al.*, 2020). El consumidor también busca una buena presencia de los elementos nutricionales e información clara o de interés, “*labels*” que proporcionen un valor añadido (de calidad, iniciativas de sostenibilidad, km 0, denominaciones) y afines a sus valores, tipografía o logotipo... El estudio de diseño estratégico “*Brandsummit*”

(BRANDSUMMIT, 2023) desarrollan un packaging y branding innovador para llamar la atención del mercado y crear la necesidad de querer probar un producto o establecimiento en la ciudad.

5.2 El oído

“Recibe, por mediación del aire, la conmoción provocada por cuerpos ruidosos o sonoros”
(Brillat-Savarin, 1978).

Seguramente sea un sentido menos tenido en cuenta en la industria alimentaria, pero está relacionado directamente con la percepción de la **textura**, y este concepto es de suma importancia al desarrollar un producto o elaborar un plato. Un ejemplo muy básico es el de una galleta, siendo este producto muy variado a nivel de texturas en el mercado, desde mantecosas hasta crujientes, por la gran diversidad de gustos entre los consumidores.

El finés *Birger Drake* es de las primeras personas que realizó estudios relacionados con la percepción del sonido de los alimentos. En sus primeros estudios (Drake, 1962) recabó información de los parámetros frecuencia, intensidad y duración al morder y masticar diferentes alimentos.

Se realizó un experimento en el cual se observaría que ocurre si se ocluye el conducto auditivo al probar alimentos. El grupo de estudio se compuso de 59 adultos y se probaron 5 alimentos crujientes (papas fritas, pretzel salado snack, barra de cereal, zanahoria y manzana) y 5 blandos (pretzel suave, barra de granola suave cubierta de chocolate, galleta suave, plátano y tomate) en 2 sesiones. Se pidió a los sujetos que calificaran la frescura y sabor de los alimentos, así como su disposición a comer más y cuánto les gustaba la comida. Por otro lado, se midió el nivel de masticación del sonido (mediante un micrófono de sonda en prueba sin oclusión de conducto auditivo y micrófono en los tapones para oídos en una habitación insonorizada).

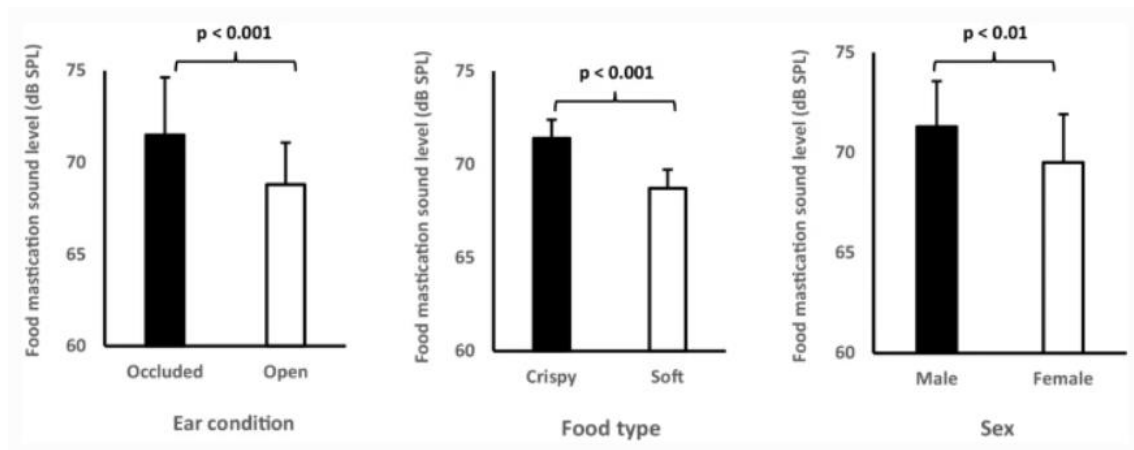


Figura 4. Parámetros medidos; Condición del oído, tipo de alimento y sexo, medidos en el estudio

Fuente: (Jutras *et al.*, 2019)

Finalmente se observó que los niveles de sonido de masticación fueron más altos cuando los participantes tenían los oídos taponados, además de cuando probaban los crujientes a los blandos (**Figura 4**). También la masticación sonora fue mayor en hombres (probablemente

porque la fuerza que ejercen es mayor que en mujeres). Respecto a la frescura y disposición de comer más cantidad, no hubo diferencias significativas (Jutras *et al.*, 2019).

El “chef” *Heston Blumenthal* se preguntó que ocurría si la sensación de oír y masticar no se captaban a la vez. Fue el mismo quien llevo a cabo este simple experimento en uno de sus menús de “The Fat Duck” (Blumenthal, 2022). Este coloca un micrófono al probar una preparación crujiente y escuchan con un retardo de una fracción de segundo el sonido de lo que están masticando, creando así una sensación de extrañeza y confusión. Se debe a que el cerebro está expectante y si algo no sale como esperaba se siente confundido.

Otro factor que influye mucho en la percepción final del plato es la **música**. Numerosos establecimientos juegan con los sonidos que se emiten cuando el consumidor se encuentra en el supermercado realizando la compra, o cuando un comensal se encuentra cenando en un restaurante. La empresa “*Soundtrack your brand*” (SOUNDTRACK YOUR BRAND, 2022) se encarga de poner la sintonía a numerosos negocios, dependiendo del tipo que sea y las necesidades de este (aumento de ventas, experiencia agradable, optimización del tiempo...).

Un grupo de tres investigadores (Campinho *et al.*, 2023) buscan entender las interacciones entre los estímulos auditivos y gustativos. Como plato a degustar se elige una mousse de maracuyá y se prueba con un grupo concreto de músicos profesionales voluntarios en tres situaciones: En silencio (i), con una composición música “dulce” (ii), y una “ácida” (iii). Antes de comenzar con el experimento, se les realizó a los participantes unas pruebas de reconocimiento y familiarización de sabores básicos. Finalmente se demostró que el mismo postre fue percibido de forma diferente ante los diversos estímulos. También que el sabor ácido se intensifica y tiene un efecto significativo (ii), el dulce sin embargo no es más percibido, pero disminuye el ácido (iii).

5.3 El gusto

“Aquel sentido que nos relaciona con los cuerpos sápidos, por medio de la sensación que causan en el órgano destinado a apreciarlos” (Brillat-Savarin, 1978).

Sus excitadores son el apetito, el hambre o la sed. El aspecto que se obtiene a través de este sentido es el **sabor** y este está intrínsecamente relacionado con nuestra identidad, cultura y recuerdos. Y como bien se sabe hoy en día, hay cinco sabores simples: Dulce, salado, amargo, ácido y umami (Precup *et al.*, 2021). Estos se obtienen a través de los receptores (unas 5.000 papilas gustativas) que son concretos para cada sabor y se encuentran repartidos por lengua y paladar mayoritariamente, además de faringe, laringe, epiglotis o paladar blando en menor medida (Briand y Salles, 2023). Pero a partir de ahí, las moléculas simples se modifican, interaccionan y forman otras más complejas creando un abanico mucho más amplio. Por ejemplo, el salado y ácido forman una sinergia a bajas concentraciones, pero embargo ese efecto se suprime a altas concentraciones (Breslin, 1996).

La percepción sensorial de la liberación de sabores depende en gran medida de los parámetros bucales y las limitaciones intra e interindividuales (Courcoux *et al.*, 2014). Entonces, para superar esas limitaciones se han desarrollado dispositivos artificiales que imitan la masticación humana (Ayed *et al.*, 2022). Uno entre tantos es una boca artificial (Salles *et al.*, 2007) que simula una boca humana real. Este dispositivo consta de varias partes móviles que pueden

(Youssef y Spence, 2023). A cada plato principal le precedía un anuncio, y el primero de todos comenzaba con el sonido de un motor al encenderse y acelerar. *“Este sonido hace que tu corazón lata más rápido, los pelitos de la nuca se ericen o se dilatan las pupilas. Por medio de sabores estratégicamente elegidos y diseñados se pretende obtener un efecto similar en boca a través de las papilas y nervio trigeminal”*.

Con los cascos puestos, los comensales probaron en el siguiente orden: Primero un paquete comestible relleno de sal Maldon ahumada y xilitol (mientras el motor comienza a “rugir”), seguidamente un chupito de tequila y jengibre con pajita para aumentar el calor corporal, y finalmente una rodaja de lima infundada con nitrógeno líquido que aporta un toque refrescante instantáneo en las papilas gustativas.



Figura 5. "The Chef's table", mesa interactiva donde se realiza la experiencia gastronómica multisensorial

Fuente: <https://kitchen-theory.com/about/>

5.4 El olfato

“Por medio del cual percibimos olores de los cuerpos que los poseen” (Brillat-Savarin, 1978).

El sentido del olfato está íntimamente unido al gusto ya que siempre se huele, más o menos y de forma consciente o inconsciente, antes de probar el alimento. Este hecho se observó durante la época COVID, donde uno de los síntomas más comunes era la pérdida parcial de estos llegando a provocar ageusia y anosmia en algunos casos (Barón-Sánchez *et al.*, 2020).

Es el **aroma** del alimento uno de los parámetros que influye en la preferencia del consumidor, el rechazo o aceptabilidad del producto. Aunque es una característica que se pierde fácilmente durante un proceso enzimático, un tratamiento térmico, o el almacenamiento entre otros (Tylewicz *et al.*, 2021). También es muy útil para enmascarar ya sea con un aroma a humo un producto vegetal, o modificar un perfil sensorial del sabor original. Para aportar un valor añadido con sustancias aromáticas de materias primas de mayor calidad o altamente categorizadas en la sociedad, como un aroma a trufa en salsas.

En el siguiente estudio mencionado han investigado el rol de los factores “percepción olfatoria y gustativa” mediante el uso de un clip de nariz (Damevin *et al.*, 2006). En un primer experimento se utilizó como base una mezcla de polvo instantáneo de cacao con agua (bebida familiar) y posteriormente se añadieron 2 saborizantes (cacao y vainilla) a 3 concentraciones de forma independiente. Y en un segundo experimento, con una bebida de leche con cafeína (bebida no familiar) se añadió el saborizante vainilla a 3 concentraciones. Los panelistas entrenados calificaron amargor, dulzor, acidez y cuerpo con clip. Y sin clip, debían además evaluar el aroma general en taza y boca. Los resultados mostraron que con clip ningún saborizante proporcionaba un sabor adicional en las bebidas de ambos experimentos. Sin embargo, sin el clip la interacción aroma/sabor induce a un aumento del amargor por el saborizante cacao y del dulzor por la vainilla en el primer experimento. Respecto al segundo, no hay un incremento significativo del dulzor, pero si realzo el amargor de la bebida.

5.5 El tacto

“Cuyo objeto es la consistencia y la superficie de los cuerpos” (Brillat-Savarin, 1978).

Como norma general, la sociedad occidental hace uso de **cupertería**, mientras que la población oriental tiende a comer con palillos o únicamente con cuchara, y si hablamos sobre diferentes culturas o platos se comen directamente con las manos (Madzharov, 2019) Además, según diversos estudios, se ha averiguado que dependiendo del utensilio que se use al comer influye en el sabor final del alimento (Harrar y Spence, 2013). Es más, cuando se degustó un plato con cucharas idénticas en peso, talla, forma... salvo su material (7 metales diferentes en la **Figura 6**), se observó a través de 32 participantes con los ojos tapados que los metales con mayores potenciales de electrodo, oro y cromo, dejaban menor regusto metálico y amargo que los demás (Laughlin *et al.*, 2011).



Figura 6. Cucharas de acero inoxidable galvanizadas de los distintos metales utilizadas en el estudio

Fuente: (Laughlin, Conreen, Witchel, & Miodownik, 2011)

Otra pregunta que se puede dar es como se siente el alimento. Es ahí donde nuestras terminaciones nerviosas actúan y puede captarse esa textura característica del plato, o de forma contraria, una sensación para nada relacionada con la preparación degustada en ese momento. Ciertos cocineros y “chefs” llevan la experiencia a otro nivel. Podríamos mencionar en este caso la frase “menos es más”. En el año 2016, el chef *Andoni Luis Aduriz* junto con su equipo realizaron en el restaurante “Maguritz” (MUGARITZ. CREATIVIDAD GASTRONÓMICA E INNOVACIÓN, 2022) un menú de entorno 20 platos los cuales se comían con las manos (salvo en un plato de carne que se dotaba al comensal con una afilada piedra). O en el restaurante

“Kebab Queen” de Londres (Canales, 2022), el comensal degusta el menú directamente de la barra del establecimiento sin ningún tipo de vajilla que contenga la preparación.

6. LEGISLACIÓN APLICABLE A LA INNOVACIÓN GASTRONOMICA

La legislación que se aplica actualmente a la innovación gastronómica se rige por los siguientes principios funcionales (Fernández, 2020):

- La transparencia
- La proporcionalidad y no discriminación
- La prevención
- La precaución o cautela

En la actualidad, están saliendo al mercado “nuevos productos”, se están poniendo en marcha técnicas y procesos innovadores en la industria alimentaria o gastronomía para obtener productos y servicios diferentes a los ya conocidos. Es entonces cuando el creador se pregunta cómo diferenciarla de la idea de los demás y como puede protegerla. Todo ello debe estar regulado, bien definido y que no afecte negativamente a ninguna de las partes implicadas (empresa o creador, competencia, cliente o consumidor...). A continuación se explican ciertas leyes que atienden al marco jurídico-legal de la atribución, protección y utilización de una innovación gastronómica.

6.1 Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, de la Ley de Propiedad Intelectual

Se entiende como Propiedad Intelectual, según el **Art 10.1** de la mencionada norma recogida en el BOE:

“Todas las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro”.

Según el **Art. 2**, *“La propiedad intelectual está integrada por derechos de carácter personal y patrimonial, que atribuyen al autor la plena disposición y el derecho exclusivo a la explotación de la obra, sin más limitaciones que las establecidas por la Ley”.*

Es importante diferenciar entre el derecho moral del autor y el derecho patrimonial, siendo:

El derecho moral, según la **Sección 1ª. Derecho moral, Art. 14.**, es el conjunto de facultades que el ordenamiento jurídico atribuye al creador:

- La facultad de decidir si la obra ha de ser divulgada y en qué forma
- Exigir el respeto a la integridad de la obra (su deformación, modificación, alteración...)
- Decidir la retirada, la patentabilidad o autoría de la obra, entre otras.

Y el derecho patrimonial, recogido en la **Sección 2ª. Derechos de explotación** recoge los derechos a explotar y obtener beneficios económicos de la obra, mediante la reproducción, la distribución, comunicación pública y transformación (**Art. 17 al 21** respectivamente).

6.2 Ley 1/2019, de 20 de febrero, de Secretos Empresariales

Se entiende como secreto empresarial, según indica el **Art.1** de la mencionada ley recogida en el BOE:

“Cualquier información o conocimiento, incluido el tecnológico, científico, industrial, comercial, organizativo o financiero, que reúna las siguientes condiciones:

- a) Ser secreto, en el sentido de que, en su conjunto o en la configuración y reunión precisas de sus componentes, no es generalmente conocido por las personas pertenecientes a los círculos en que normalmente se utilice el tipo de información o conocimiento en cuestión, ni fácilmente accesible para ellas;*
- b) tener un valor empresarial, ya sea real o potencial, precisamente por ser secreto, y*
- c) haber sido objeto de medidas razonables por parte de su titular para mantenerlo en secreto.”*

Esta ley prima el secreto, es decir, toda persona sabedora de información relevante debe actuar de forma ética y leal, aceptando y siguiendo las condiciones relativas a ley. El conocimiento a guardar se desea que no lo sepan terceros por la ventaja comercial que le supone a la empresa. A nivel europeo, se aprueba la **Directiva (UE) 2016/943**, que busca también *“garantizar un marco legal para garantizar que la competitividad de las empresas y organismos de investigación europeos que se basa en el saber hacer y en información empresarial no divulgada (secretos empresariales) esté protegida de manera adecuada y, por otro, mejorar las condiciones y el marco para el desarrollo y la explotación de la innovación y la transferencia de conocimientos en el mercado interior”*.

Si no fuera así, se daría el **Art.3** *Violación de secretos empresariales*, que concierne a la adquisición, utilización o divulgación no autorizada, considerándose una práctica desleal y una violación de la protección del secreto. Y para sufragar los daños acontecidos o evitar estos, se aplica el **Capítulo IV. Acciones de defensa de los secretos empresariales**. Algunas acciones según el **Art 9**. son:

- a) La declaración de la violación del secreto empresarial.*
- c) La prohibición de fabricar, ofrecer, comercializar o utilizar mercancías infractoras o de su importación, exportación o almacenamiento con dichos fines.*
- g) La indemnización de los daños y perjuicios, si ha intervenido dolor o culpa del infractor, que será adecuada respecto de la lesión realmente sufrida como consecuencia de la violación del secreto empresarial, entre otras.*

Un secreto empresarial no tiene un tiempo de protección definido, pues como el nombre indica, al ser un secreto es de duración indefinida. Esta ley aplica a (GRUPO ATICO 34, 2022):

- Técnicas o conocimientos relativos a la fabricación de productos como fórmulas o recetas, procesos aplicados...
- Planes de acción, estrategias de marketing o comerciales.

Como ejemplo a destacar hay una receta muy bien guardada desde el año 1837 y referente en la ciudad de Lisboa que son los “*Pastéis de Belém*”. Únicamente 6 personas en el mundo son sabedoras de todos los ingredientes de la receta. La empresa si ha mencionado algunos ingredientes del relleno y que la masa del hojaldre se extiende de forma manual en el molde (DW Food, 2020).

6.3 Derechos de Propiedad Industrial

La Propiedad Industrial hace referencia a los derechos exclusivos a una persona jurídica o física sobre determinadas creaciones inmateriales que se protegen como verdaderos derechos de propiedad, según la OEPM. Las creaciones pueden ser

- Una **invención** (patente o modelo de utilidad).
- Un **signo distintivo** (marca o nombre comercial).
- Un **diseño industrial**.

La normativa que se aplica a las diferentes creaciones se encuentra recogida en el BOE y son las siguientes:

6.3.1 Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes

El **Art 4.** de la mencionada Ley indica como invenciones patentables:

“1. Son patentables, en todos los campos de la tecnología, las invenciones que sean nuevas, impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial. Las invenciones a que se refiere el párrafo anterior podrán tener por objeto un producto compuesto de materia biológica o que contenga materia biológica, o un procedimiento mediante el cual se produzca, transforme o utilice materia biológica.

2. La materia biológica aislada de su entorno natural o producida por medio de un procedimiento técnico podrá ser objeto de una invención, aun cuando ya exista anteriormente en estado natural.

3. A los efectos de la presente Ley, se entenderá por «materia biológica» la materia que contenga información genética autorreproducible o reproducible en un sistema biológico y por «procedimiento microbiológico» cualquier procedimiento que utilice una materia microbiológica, que incluya una intervención sobre la misma o que produzca una materia microbiológica.”

Las patentes de invención y los modelos de utilidad, que protege una invención de menor rango inventivo y suelen ser invenciones mecánicas, son la forma más generalizada para salvaguardar los derechos que se tiene de una invención proporcionado por el Estado. Así permite al inventor utilizar y explotar su invención de forma libre y sin que otro pueda utilizarla hasta un máximo de veinte años desde la fecha de presentación de su solicitud.

Con este derecho se pretende otorgar al inventor un reconocimiento por su invención, un desarrollo e innovación en el campo desempeñado, pero este debe divulgar públicamente la invención patentada pasado el periodo de exclusividad, para que terceros puedan aportar y desempeñar conocimientos posteriormente, además de copiar esa idea y poder obtener un beneficio económico por ello.

En la industria alimentaria se aplica al uso de ingredientes y sus concentraciones, o el momento concreto en el cual se emplean, un determinado ingrediente, una especialidad industrial en cosecha o elaboración que dote al producto final de una protección geográfica o cultural, el proceso a utilizar en la elaboración... En la OEPM es posible encontrar patentes referentes a instrumentos de cocina o recetas de la gastronomía española como la patente [ES2132039 B1](#), que corresponde a la preparación de un producto alimenticio tipo “tortilla de patata”. Las soluciones que aporta esta innovación es el poder disfrutar de un plato tradicional tedioso de cocinar en tan solo unos minutos, y preservando las características organolépticas hasta su consumo.

A nivel europeo la solicitud de patente se realiza por “European Patent Office” (EPO), e internacionalmente mediante el “Patent Cooperation Treaty” (PCT) por la “World Intellectual Property Organization” (WIPO).

6.3.2 Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

Según el **Art 4.** de la mencionada ley recogida por el BOE, el concepto de Marca son:

“... todos los signos, especialmente las palabras, incluidos los nombres de personas, los dibujos, las letras, las cifras, los colores, la forma del producto o de su embalaje, o los sonidos, a condición de que tales signos sean apropiados para:

- a) distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otras empresas y*
- b) ser representados en el Registro de Marcas de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a su titular”.*

Mediante esta ley se dota de carácter distintivo e identificativo a la marca o nombre comercial al ser registrada por la persona física, jurídica o entidades de derecho público. Antes de realizar la solicitud es conveniente cotejar la marca con las bases de datos para asegurarse que se tramita sin incidencias. La efectividad de protección de la ley es de diez años desde la fecha de solicitud con posible renovación indefinida (Según **Art 31.** y **32.** respectivamente).

A nivel europeo, la concesión de una marca registrada se realiza por la “European Union Intellectual Property Office” (EUIPO), y a nivel internacional también por la WIPO. Cabe destacar la “Clasificación de Niza” (NCL), establecida en 1957 como un sistema internacional para clasificar productos (34 clases) y servicios (11 clases) de forma sistemática, taxonómica y estructural para el registro de marcas. Además de la “Clasificación de Viena” acordada en 1973 que establece una clasificación internacional de los elementos figurativos de las marcas.

Como ejemplo, mencionar la indudable botella de cristal de la marca Coca-Cola (**Figura 7**), reconocible incluso sin el etiquetado.

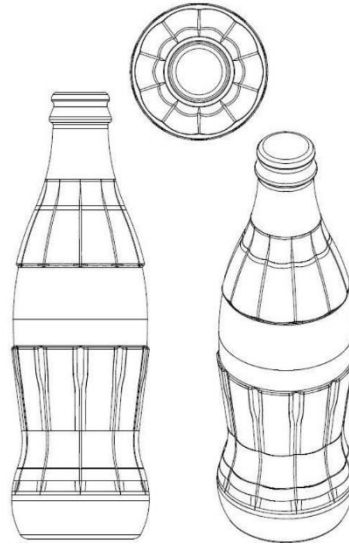


Figura 7. Marca de forma MUE 010532653, correspondiente a la botella de cristal de Coca-cola

Fuente: (EUIPO, 2011)

6.3.3 Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial
Según el **Art 1.** de la ley mencionada, *“tiene por objeto establecer el régimen jurídico de la protección de la propiedad industrial del diseño, siendo este:*

- a) *Diseño: la apariencia de la totalidad o de una parte de un producto, que se derive de las características de, en particular, las líneas, contornos, colores, forma, textura o materiales del producto en sí o de su ornamentación.*
- b) *Producto: todo artículo industrial o artesanal, incluidas, entre otras cosas, las piezas destinadas a su montaje en un producto complejo, el embalaje, la presentación, los símbolos gráficos y los caracteres tipográficos, con exclusión de los programas informáticos.*
- c) *Producto complejo: un producto constituido por múltiples componentes reemplazables que permiten desmontar y volver a montar el producto.”*

La duración de la protección según el **Art 43.** es de cinco años desde la fecha de presentación de solicitud, renovándose por periodos hasta un máximo de veinticinco años. Lo más común es solicitarlo directamente a través de la WIPO, y la “Clasificación de Locarno” constituye una clasificación internacional utilizada a los efectos del registro de diseños industriales y se comprende de 32 clases con sus correspondientes subclases. Esta ley se utiliza más para el ámbito de la restauración, su mobiliario, decoración, ambiente, utensilios...

Un ejemplo es “Peggy Sue” (**Figura 8**), una franquicia al estilo americano de los años 50 cuyos diners eran característicos por su estética.



Figura 8. Decoración exterior del restaurante Peggy Sue, Nº 0523987

Fuente: (OEPM, 2016)

7. ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE LA POBLACIÓN SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LA GASTRONOMÍA A TRAVÉS DE LOS SENTIDOS.

7.1 Objeto y justificación

En el presente documento se han recabado numerosos estudios, pruebas... que aportan valiosa información para seguir avanzando en la industria alimentaria y gastronomía. A nivel personal, he querido hacer con los medios de los que dispongo una breve encuesta con el mismo objetivo.

7.2 Metodología

La encuesta se ha realizado a través de la plataforma Google Forms y se ha compartido mediante un link por grupos en WhatsApp. Las preguntas realizadas varían en su formato, siendo de respuesta única, múltiple, en escala o escrita por el sujeto. Automáticamente las respuestas se guardan en la propia plataforma y se comparan por medio de la herramienta de análisis de datos de Excel. La encuesta se hace de forma anónima respetándose así la protección de datos, y la encuesta original con sus respuestas se encuentra en el Anexo I y II.

En una primera y segunda sección se recaba información acerca de la situación profesional actual de la persona. También los hábitos de consumo y preferencia a la hora de elegir o preparar una comida.

Seguidamente, durante la tercera sección se muestran imágenes de diferentes preparaciones y se les pregunta su opinión acerca de ellas, el nombre que le pondrían y si les es apetecible. También la forma/proceso que se ha realizado en un plato precocinado para poder obtenerlo.

7.3 Sujetos participantes

La encuesta ha sido realizada por un total de 123 personas distribuidas por grupos de edad desde menos de 18 años hasta más de 65 años. Como puede observarse, el grupo con mayor incidencia es el que comprende de 45 a 65 años con un 44,7%. Seguidamente con un 34,1% se encuentra el grupo 18-25 años y en tercer lugar con un 14,6% los encuestados con una edad

entre 26 y 45 años. Los grupos de mayor edad (más de 65 años) con un 4,1% y menor (menos de 18 años) con un 2,4% son los que menos representación en la encuesta tienen (**Tabla 2**).

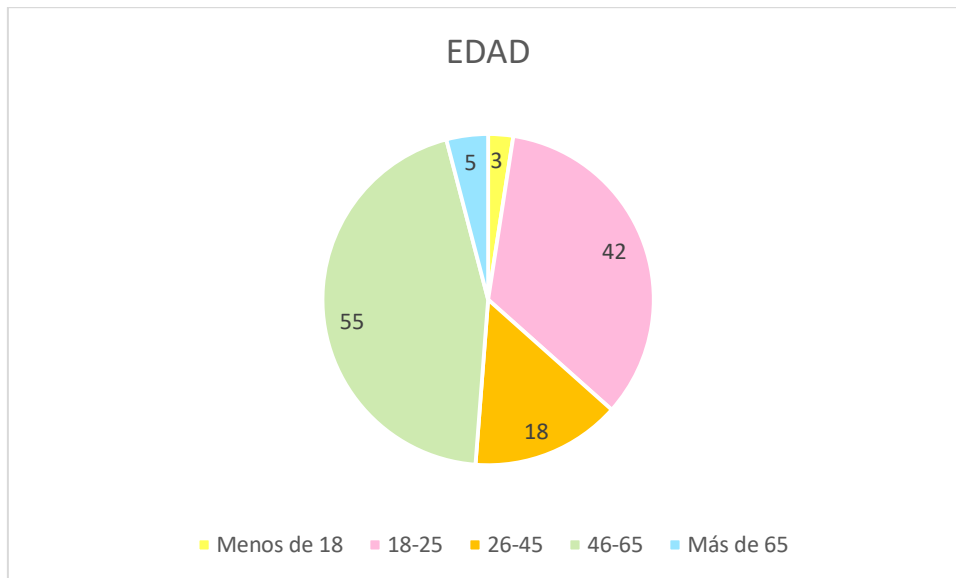


Tabla 2. Rangos de edad de los encuestados

Fuente: Elaboración propia

7.4 Resultados

7.4.1 Primera sección de la encuesta

Como se ha comentado anteriormente, se les realizan ciertas preguntas de ámbito personal. A nivel profesional, las personas que realizaron la encuesta se les preguntó su situación actual; estudiante, trabajador/a, o jubilado (**Tabla 3**).

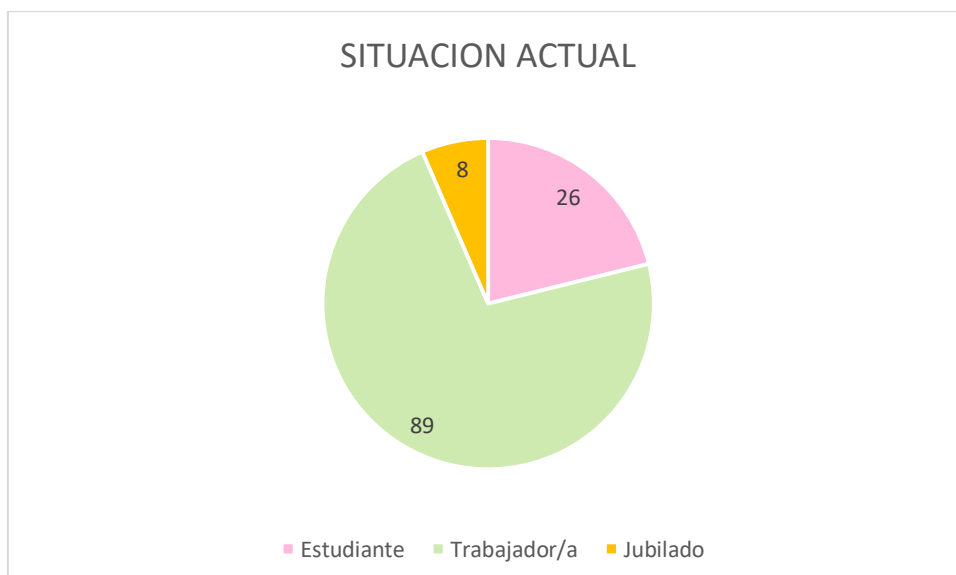


Tabla 3. Situación actual de los encuestados

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente se les preguntó en qué ámbito trabajan o han trabajado. Al ser una respuesta libre, se han agrupado en 4 grupos que son: Industria Alimentaria (IA) y HORECA (19,5%), Sector Secundario (Construcción, Mecánica, Metal...) con un 24,4%, Sector Terciario (Sanidad, Educación, Administración...) con un 45,5% y Otro (Estudiantes, no han ejercido ningún trabajo) siendo un 10,4% (**Tabla 4**).

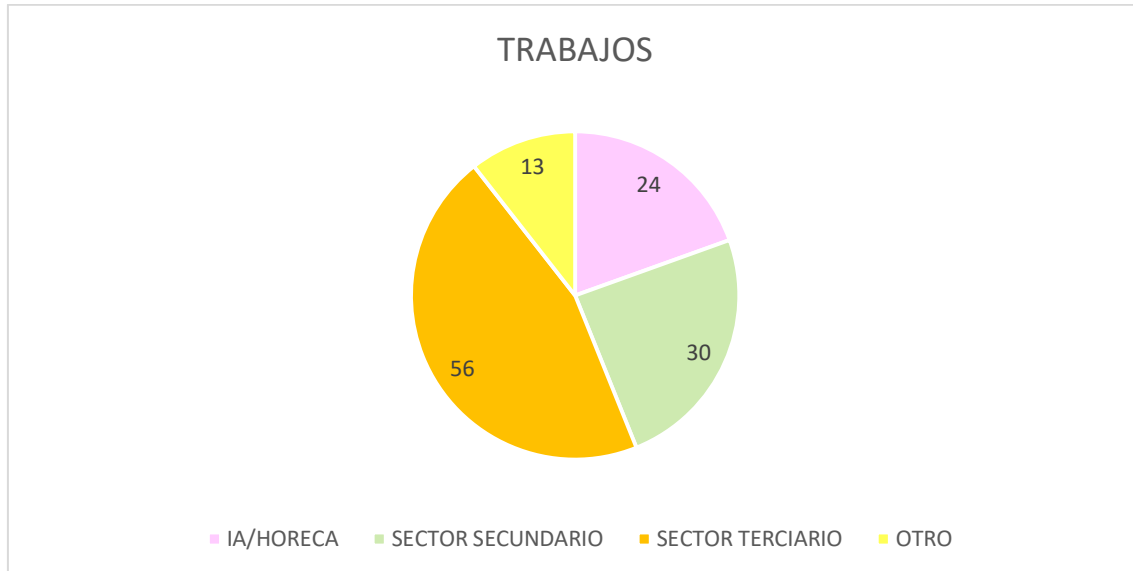


Tabla 4. Trabajos desempeñados por los encuestados

Fuente: Elaboración propia

Entre las preferencias alimentarias que los encuestados siguen se encuentra en primer lugar una dieta omnívora (hay un consumo mayoritario de proteína animal) con un 76% del total. Seguidamente hay un total de 20 personas (16,3%) que siguen una dieta personalizada. Hay quien sigue una dieta rica en aceite de oliva, legumbres y vegetales, la mediterránea (5,7%) y 3 personas son vegetarianas o veganas (**Tabla 5**).

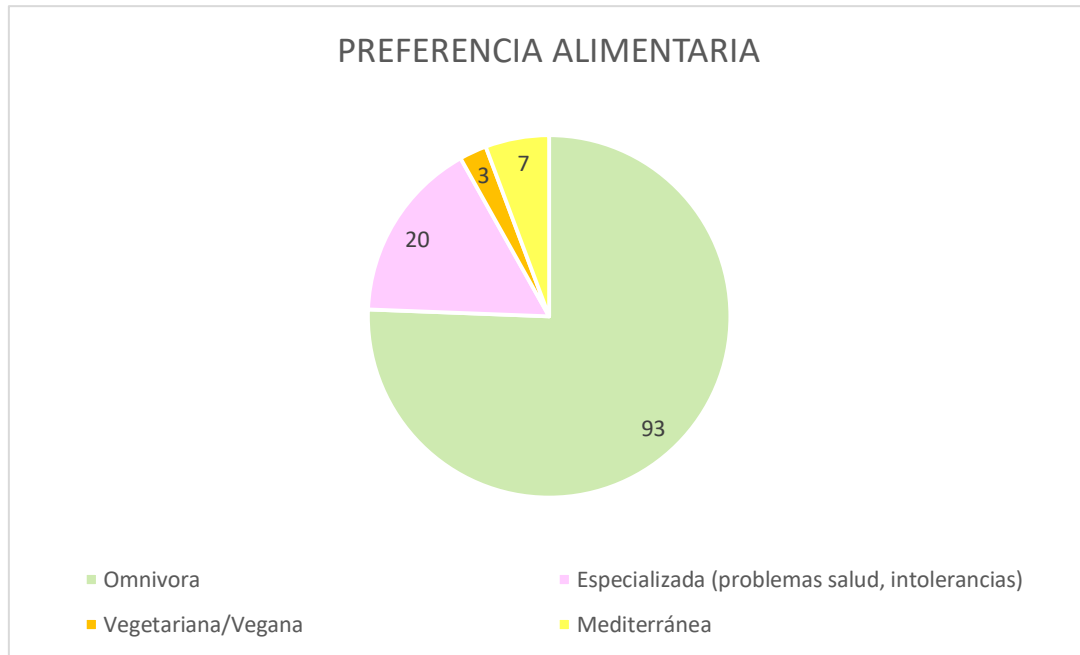


Tabla 5. Preferencia alimentaria de los encuestados

Fuente: Elaboración propia

7.4.2 Segunda sección de la encuesta

La mayoría de los encuestados realizan la compra de forma individual, o bien teniendo en cuenta la opinión de un segundo (105 respuestas). Únicamente 18 personas son ajenas a la compra de alimentación en su domicilio (**Tabla 6**).

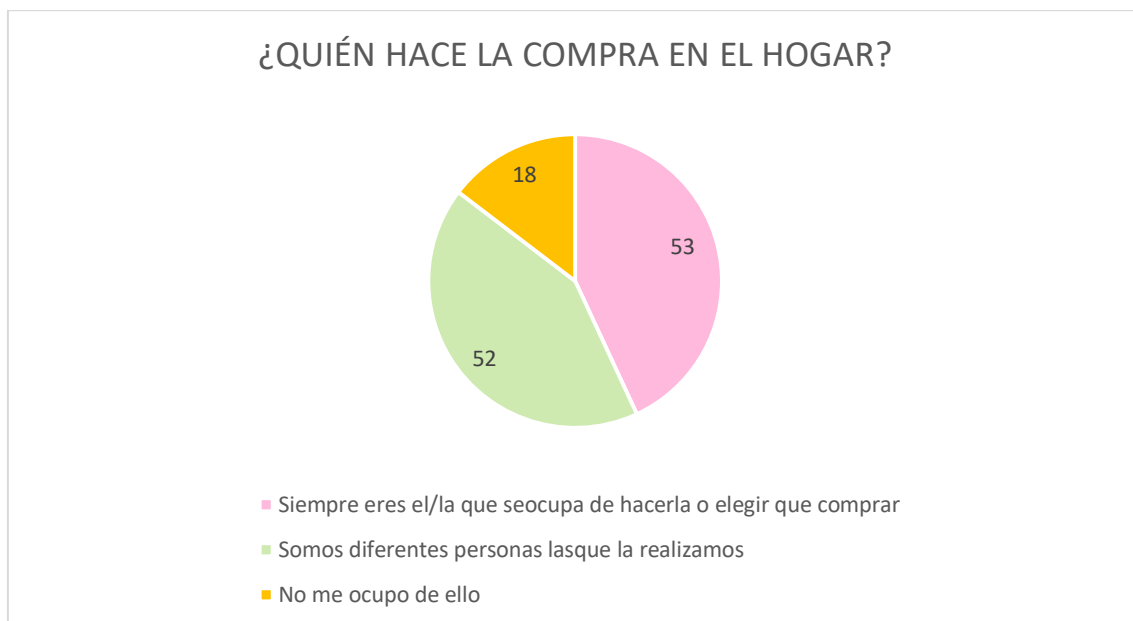


Tabla 6. Resultados sobre la compra en el hogar

Fuente: Elaboración propia

En esta gráfica se aprecian las personas que de forma habitual se encargan de preparar las comidas (74%). Posiblemente este porcentaje sea más consciente de los alimentos que se ingieren, como se cocinan, que los 29 encuestados los cuales no realizan preparaciones. Únicamente 3 personas requieren de sector HORECA de forma recurrente en sus comidas (**Tabla 7**).

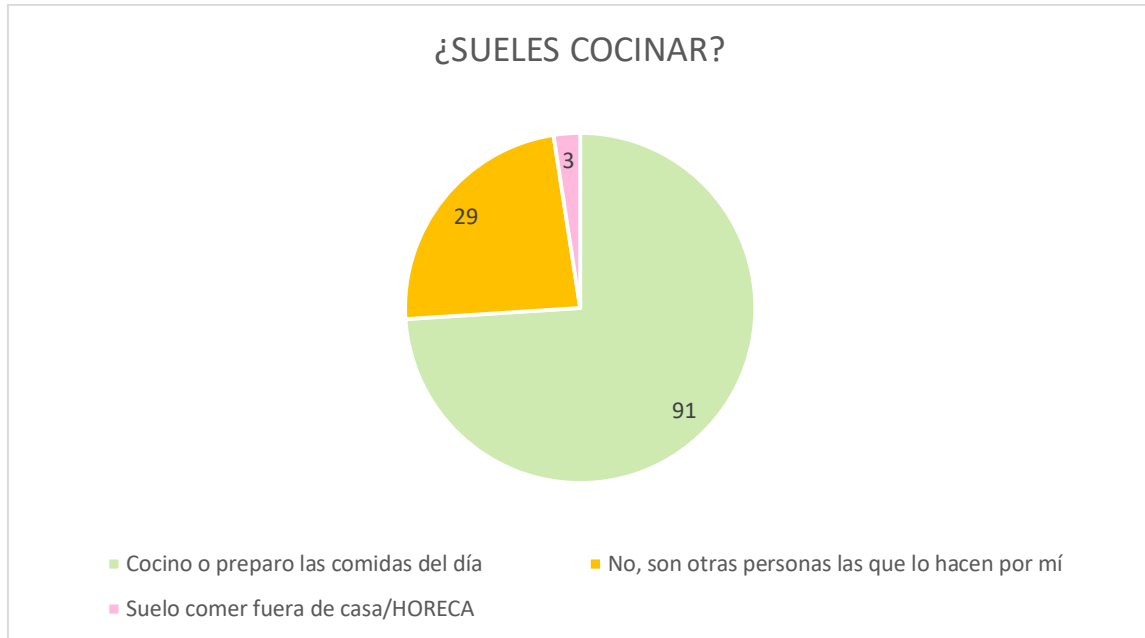


Tabla 7. Resultados sobre el hábito de cocinar

Fuente: Elaboración propia

Respecto a las personas que sí cocinan se plantean ciertas dudas acerca de qué y cómo van a hacerlo. En esta pregunta multirrespuesta y únicamente pueden contestar los sujetos que han respondido en la anterior pregunta si solían cocinar. En general los sujetos toman consciencia de los alimentos que comen (98 respuestas) y cómo hacerlo (64 respuestas) (**Tabla 8**).

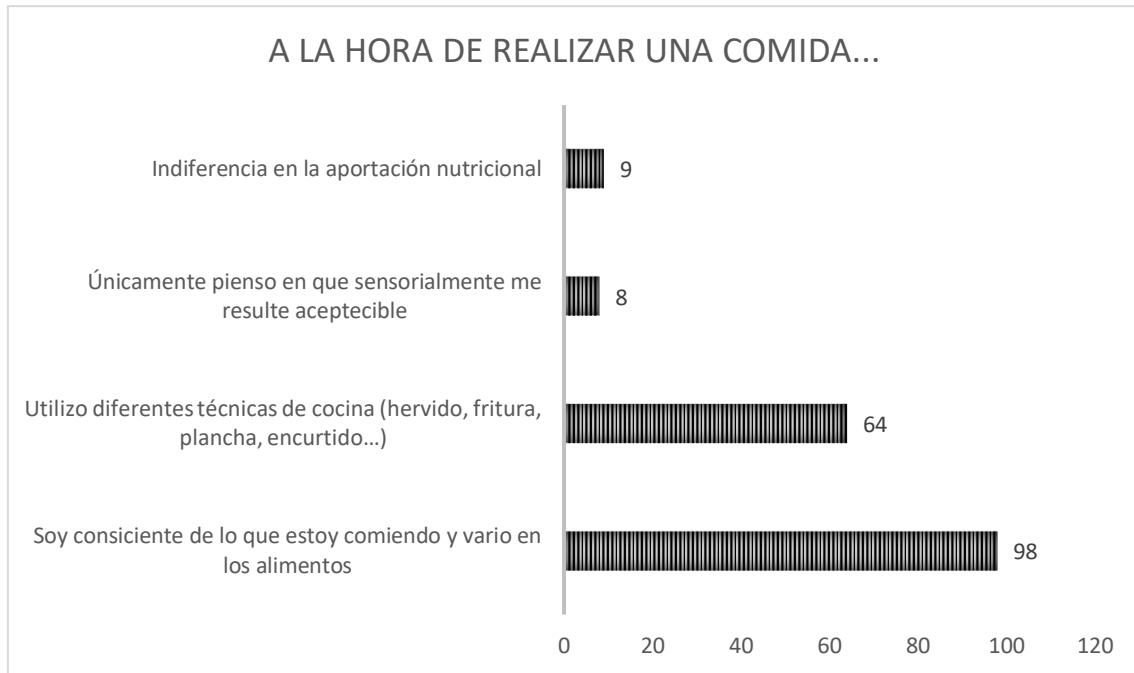


Tabla 8. Resultados sobre hábitos a la hora de cocinar

Fuente: Elaboración propia

A la hora de realizar una comida fuera de casa, se eligen un establecimiento dependiendo de ciertos parámetros que el cliente tiene en mayor o menor consideración. Cada factor se debe puntuar por cada encuestado en un rango de 1 (menor importancia) a 5 (mayor importancia para él). Se observa como en general, se tiende a elegir por las opiniones o recomendaciones de otros clientes o comensales, además del precio. Y como factor menos redundante es el nombre que se le pone a las preparaciones (**Tabla 9**).

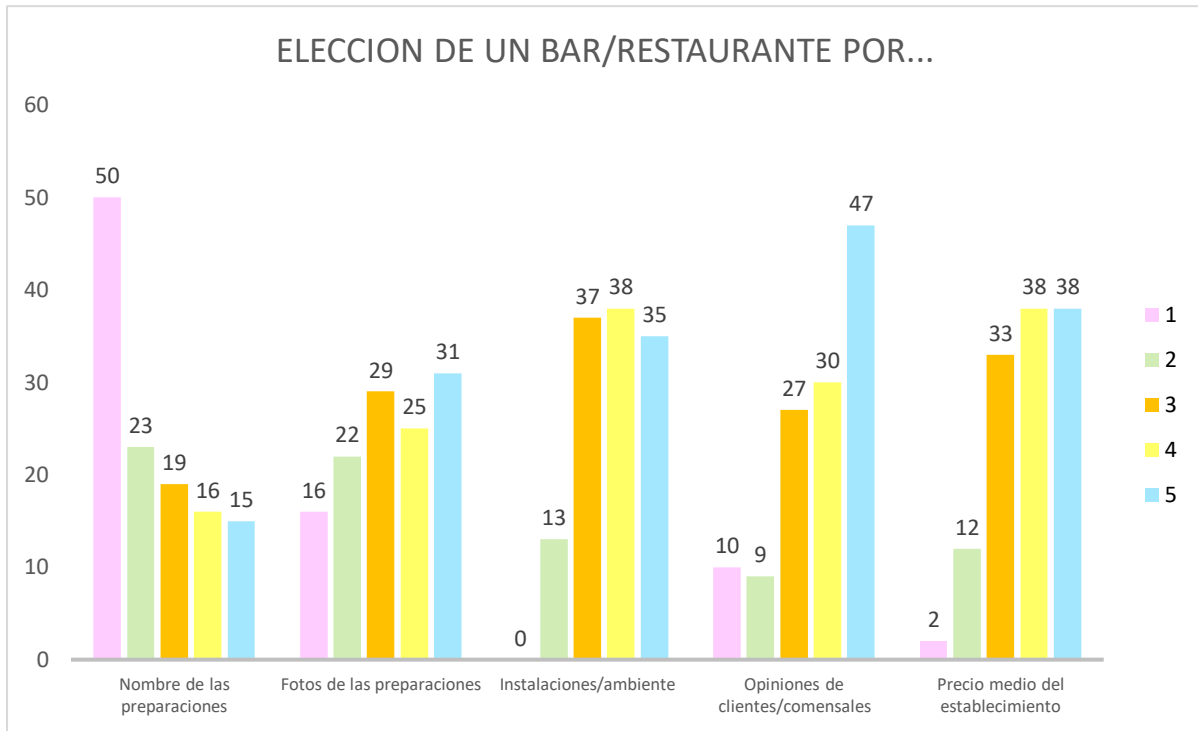


Tabla 9. Preferencias sobre la elección de un establecimiento gastronómico

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente gráfica se responde qué factores tienen más en cuenta cuando se les brinda el menú o carta a los encuestados. Se aprecia que todos los parámetros preguntados tienen algo de importancia (ya que hay poca puntuación, de 1-2, en todos). El proceso o técnica utilizada llama la atención al comensal, al igual que la franja horaria cuando se decide realizar la comida fuera de casa (Tabla 10).

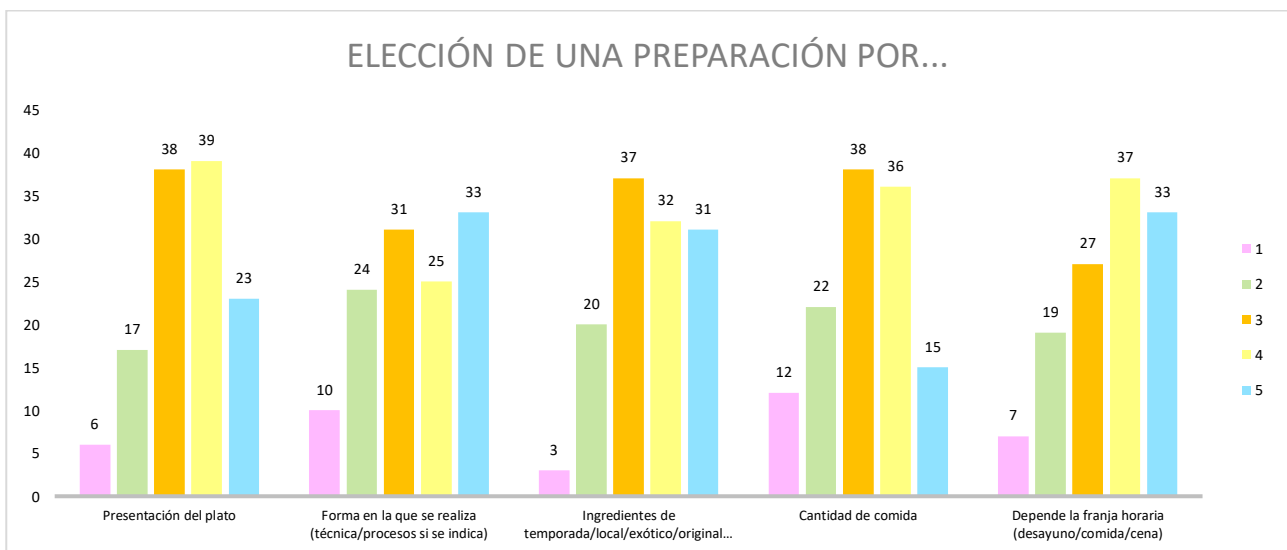


Tabla 10. Preferencias sobre la elección de una preparación

Fuente: Elaboración propia

Seguidamente se pregunta acerca de la preferencia o peso de los parámetros en la preparación elegida en el momento de ser servida. Es el momento en el que los sentidos actúan de forma más activa, porque la preparación es la causante de estimularlos (**Tabla 11**).

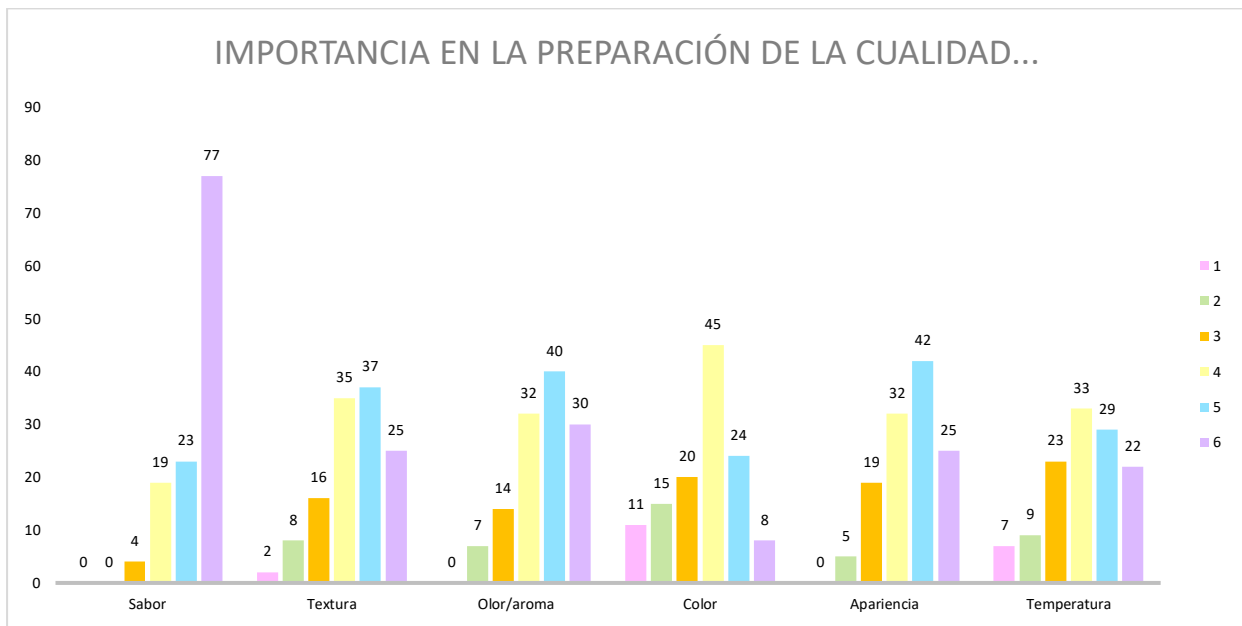


Tabla 11. Preferencias en las cualidades de una preparación

Fuente: Elaboración propia

7.4.3 Tercera sección de la encuesta

En una tercera sección del cuestionario se les enseñaron 3 fotos y debían contestar un par de preguntas acerca de cada una de ellas. Cada imagen es una preparación de una empresa de la industria alimentaria.

La primera imagen corresponde a un pintxo de huevo frito con patatas y chistorra elaborado por la empresa "La cocina de Senén" (**Figura 9**). Se compone de una fina lámina de patata deshidratada que envuelve trocitos de chistorra y una yema de huevo. Con un solo bocado, se busca plasmar todos los sabores de este tradicional plato con una presentación totalmente distinta a como estamos acostumbrados a verla.

Al ser una respuesta libre se han recopilado 123 respuestas distintas, una diferente por cada uno de los encuestados. Por lo tanto, he optado por comentar palabras clave que han sido repetidas en las respuestas. Acerca de la textura la palabra más repetida es "crujiente" (Crujiente relleno de..., cuadrado crujiente, ravioli crujiente...). La forma en la que se presenta se define como "ravioli", "hojaldre" o "saquito" relleno. Respecto al sabor los alimentos más comentados son "huevo", pero también es mencionada la "calabaza", "zanahoria", "chorizo" o "queso" y "patata". Únicamente 3 respuestas hacen referencia "un pintxo de chistorra, de huevo frito, o patata".



Figura 9. Pintxo de huevo con patatas y chistorra de "La Cocina de Senén"

Fuente: [La Cocina de Senén \(lacocinadesenen.com\)](http://lacocinadesenen.com)

Posteriormente se le pregunta si probarían la elaboración y un 86,2% afirman que sí estarían dispuestos a probarlo (Tabla 12).

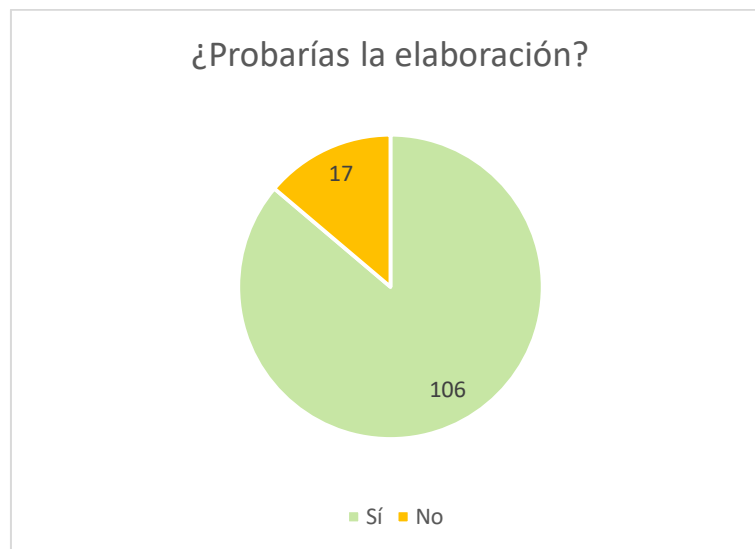


Tabla 12. Pregunta sobre la elaboración "Pintxo de huevo y chistorra"

Fuente: Elaboración propia

En la segunda imagen, el producto usado como "atún rojo crudo" se llama AHIMI (Figura 10), e imita a la percepción a este (no solo visualmente). El sabor se obtiene por especias, soja, algas y el color y textura es a partir del tomate, siendo este el ingrediente principal. En este caso la presentación es típica japonesa, pero siendo un producto diferente al que creemos.

Dentro de las respuestas de esta imagen, la más repetida es la palabra "sushi" o "nighiri" haciendo referencia a la preparación mostrada. Y los alimentos que lo componen son "atún/atún rojo", "pimiento", "arroz" o "alga". Curiosamente ninguna respuesta menciona que se trate de un "falso pescado a base a tomate".



Figura 10. Nighiri de AHIMI, de "Ocean Hugger Foods"

Fuente: *Ahimi — Ocean Hugger Foods*

Después se le pregunta si probarían la elaboración y un 74,8% afirman que sí estarían dispuestos a probarlo (Tabla 13).

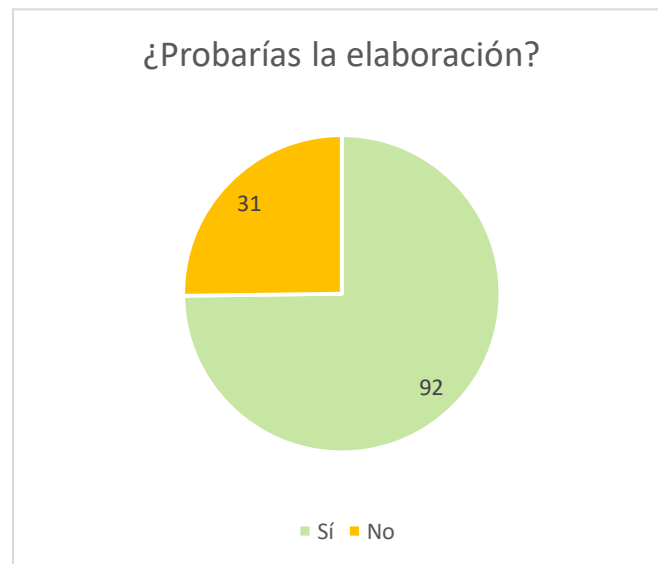


Tabla 13. Pregunta sobre la elaboración de "Falso nigiri de atún"

Fuente: Elaboración propia

Y la tercera imagen muestra un plato preparado realizado por la empresa "Anina" (Figura 11). Utilizan materias primas altamente nutritivas y sabrosas que son desechadas por el simple hecho de no ser atractivas y visualmente normativas. Añaden otros alimentos para realizar una etiqueta nutricional adecuada y utilizan diferentes técnicas para crear una comida en armonía.

Al principio se les enseña esta imagen y se les pregunta “¿cuál ha sido su proceso de preparación?”. Casi por unanimidad, el proceso elegido es “*horneado*” o “*airfryer*” (como sinónimo), seguido por “*a la plancha*”. También se comenta la opción “*deshidratado*” siendo la opción más acertada puesto que tampoco ha habido ninguna respuesta con la palabra “*liofilización*”.



Figura 11. Preparación "Pasta Primavera Bowl" de "Anina"

Fuente: [Home Page - Anina](#)

Y posteriormente se muestra esta imagen (Figura 12) comentado que se trata del mismo plato listo para consumir. Finalmente se vuelve a preguntar si les es apetecible y estarían dispuestos a comerlo.



Figura 12. Preparación lista para consumir de "Anina"

Fuente: *Home Page - Anina*

Es un 79,7% los que afirman que sí estarían dispuestos a probarlo (**Tabla 14**).

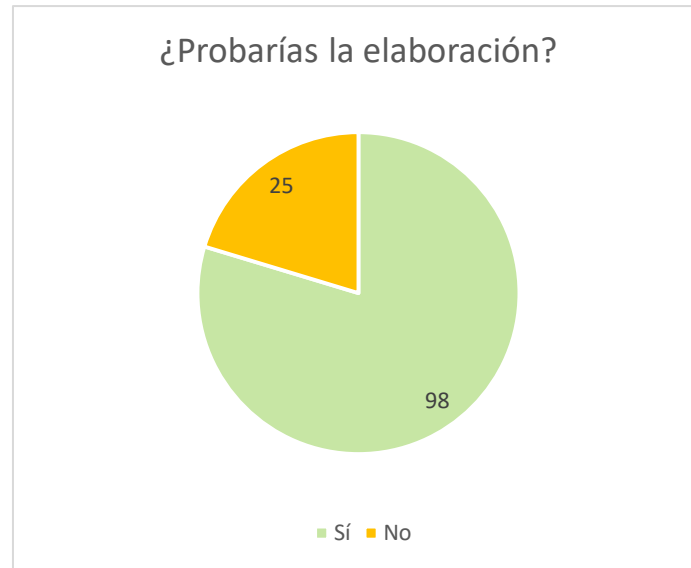


Tabla 14. Pregunta sobre el plato de quinta gama de la empresa ANINA

Fuente: Elaboración propia

7.5 Análisis de resultados de la encuesta

Este apartado se lleva a cabo a partir de las observaciones sobre los datos recabados. Destacar que los encuestados no tenían información previa sobre el trabajo u otra relevante acerca del contenido de la encuesta por lo que toda respuesta es verídica y no influenciada.

7.5.1 Edad

Al ser una encuesta para saber la opinión de la persona, no es relevante la edad, pero aun así, se han obtenido opiniones de diversos grupos de edad y esto le da valor añadido a la encuesta al saberse la percepción de distintos rangos de la población.

7.5.2 Situación actual y trabajo

Referente al tipo de trabajo desempeñado, se observa que se ha recabado información sobre personas que se han dedicado a empleos completamente diferentes y de todos los sectores. Al ser una encuesta sobre la percepción y comportamiento personal sobre cuestiones alimentarias, es incluso más objetiva.

Entre todos los encuestados la mayoría se encuentran trabajando y son por tanto personas económicamente independientes, que realizan tareas de compra y cocina, y que pueden permitirse (dentro de sus posibilidades) realizar actividades gastronómicas.

El segundo grupo mayoritario se compone de estudiantes, que bien pueden encontrarse residiendo en su casa familiar, piso de estudiantes, residencia, extranjero... y su forma de alimentación depende mucho de ello. Además, se trata de una etapa donde el ocio y gastronomía forman un papel importante.

Como tercer grupo se encuentran los jubilados, los cuales suelen socializar y realizar numerosas actividades o hobbies, entre las cuales pueden darse aspectos gastronómicos, de turismo... En definitiva, toda persona sea del rango de edad que sea, tiene “contacto” con la comida o cocina.

7.5.3 Preferencia alimentaria

Al ser una encuesta enfocada en ámbito territorial (lengua castellana), los datos recabados lo muestran en la preferencia alimentaria que los encuestados tienen. Encabezan la lista la dieta omnívora y mediterránea.

Si bien es cierto, que a día de hoy muchas personas presentan problemas de celiaquía o intolerancia al gluten principalmente, y el mercado tiene en cuenta a este porcentaje de la población lanzando productos acordes a sus necesidades. Lo mismo pasa con la dieta vegetariana o vegana, donde actualmente hay una amplia línea de investigación y desarrollo de productos específicos para este sector. Cada persona es libre de comer lo que desee, lo que es importante es hacerlo bien y obtener los nutrientes necesarios para cubrir nuestras necesidades básicas.

7.5.4 Compra y cocina

Es interesante saber si el encuestado que suele frecuentar supermercados/mercados/tiendas de alimentación es consciente de lo que se vende, se fija en los diferentes packagings, opciones y precios de un mismo producto, la forma en que se exponen... Es la mayoría de los encuestados que sí tienen ese encuentro y únicamente 18 personas (14,6%) no se encargan de ello. Podríamos deducir que son personas a cargo de otras en el hogar (gente joven, personas mayores, dependientes).

Sin embargo, el número de encuestados que cocinan en el hogar no es el mismo que las personas que realizan la compra, lo cual me parece curioso. Respecto a los 3 encuestados restantes restantes que mencionan usar de forma recurrente el canal HORECA, dependerá del servicio del que precisen, puesto que los hay que ofrecen opciones variadas y nutritivas, y otros que optan por opciones más rentables, pero menos saludables.

Además, al realizarse una preparación en casa, el sujeto manifiesta que varía en alimentos y técnicas utilizadas por lo general. Esto confiere a los platos una mayor variedad al aporte nutricional y diferentes formas de poder degustar un mismo alimento.

7.5.5 Elección de un establecimiento y preparación

El acudir a un establecimiento para una comida se hace generalmente porque se ha decidido previamente por parte de los comensales. Entre los parámetros que más influyen a la hora de elegir un establecimiento son: las opiniones de clientes que ya han frecuentado el lugar y si les ha gustado lo mencionan a su círculo. También llama mucho la atención la decoración y el ambiente del sitio, la iluminación, el sonido... que muchas veces pretende ir en armonía con la comida servida, como se ha explicado anteriormente. Y también es importante el precio a pagar por el servicio, que normalmente es un dato que se quiere saber antes de reservar o acudir al lugar. Como aspectos menos importantes para los encuestados se encuentran tanto los nombres como el aspecto de las preparaciones.

7.5.6 Elección de la preparación y cualidades

Las siguientes cuestiones son relativas a las preparaciones elegidas y servidas en el establecimiento, donde se observa el orden de influencia de las cualidades atribuidas a estas preparaciones. Tanto la cantidad como la presentación del plato se tienen en cuenta entorno a un dos-tres. Al comer fuera de casa, se busca disfrutar, pasar una velada agradable, además de saciarse y comer bien.

Sin embargo, los ingredientes que componen el plato o la elección de la comida son más importantes para los encuestados a la hora de elegir. El proceso utilizado para realizar el plato es de respuesta más oscilante y eso puede deberse a los propios gustos del comensal, bien porque el alimento lo prefiere con una presentación concreta, le resulta más apetitoso el plato de una forma... También el hecho que el plato se componga de alimentos nuevos para el comensal pueden incitar a querer probarlo, al igual que un producto de temporada.

Respecto a las cualidades del plato, se aprecia que el sabor es la característica más remarcable para el comensal. Independiente de lo demás (aspecto, olor...), cuando la preparación le resulta agradable al paladar, el resto de atributos pasan a un segundo lugar, incluso sin saber de qué se trata la preparación.

Seguidamente se diría que son importantes la apariencia o el olor. Hay mucho rechazo por lo desconocido y los restaurantes juegan con ello. Intentan realzar olores característicos y realizar emplatados que capten la atención. Estos parámetros comentados se encuentran en un rango de dos-tres por los encuestados.

Se podría concluir que la temperatura es el parámetro de más indecisión entre los encuestados. Y es que este parámetro está muy asociado al tipo de plato que se ordene, la estación del año en la que nos encontremos, o bien que hay personas las cuales no les da importancia que una preparación se encuentren fría o viceversa.

7.5.7 Preparaciones de las empresas

Mediante este ejercicio visual se pretende ver la opinión de los sujetos sobre preparaciones novedosas lanzadas al mercado, las cuales han diferido de la realidad del plato tradicional. Y posteriormente se ha obtenido un número de respuestas más alto a favor de probarlos, concluyendo que el consumidor es curioso y se guía por su percepción visual.

8. CONCLUSIONES

En el presente trabajado de final de grado se presentaba como objetivo el identificar de forma clara una innovación gastronómica mediante la recopilación de conceptos y ejemplo veraces.

El sujeto, cliente o consumidor, al que se presenta el producto o servicio, es uno de los factores más importantes en el desarrollo de la innovación. Mediante el análisis consciente de estudios y experimentos donde se plantean situaciones específicas y veraces en las cuales el producto o servicio es probado, se observa y recaba información relevante del comportamiento, mediante gestos o expresiones involuntarios por parte del sujeto. Es en estos estudios donde se aprecia la importancia de los sentidos, que ayudan al sujeto a captar todos los estímulos generados por la innovación. Por otro lado, se ha realizado una encuesta en el presente trabajo que aporta datos objetivos sobre la percepción de las cualidades y

atributos al elegirse un establecimiento gastronómico y una preparación elegida y servida en este. También se han presentado platos novedosos presenten en la IA. Mediante el análisis de datos, se ha observado que las opiniones de clientes o el sabor de una preparación prevalecen respecto a otras cualidades. Y respecto a las preparaciones, se ha observado una respuesta favorable a degustar platos desconocidos.

Además, el creador de la innovación debe, en primera instancia, asegurarse de que su idea no se encuentra ya desarrollada en el mercado. Para ello se encuentran a su disposición las mencionadas bases de datos presentes en las organizaciones gubernamentales para verificar que no existe tal creación. Y posteriormente debe aplicar la correspondiente protección a su innovación. Como se ha mencionado, la diferenciación es una característica muy importante y demandada actualmente por ambas partes, cliente y empresa. En el presente documento se han mencionado y definido las leyes legislativas aplicables a toda innovación del ámbito gastronómico. En cada una de ellas se ha definido el término al que se aplica esa ley, la efectividad de protección, la forma de registro y donde realizarlo. Por ello, la persona responsable de la innovación gastronómica puede decidir qué ley aplicar a su creación dependiendo de sus necesidades y capacidades.

9. BIBLIOGRAFÍA

ASHLEY, S. (5 de Junio de 2013). *PBS*. Synthetic Food: Better Cooking Through Chemistry. Visto el 16 de Febrero de 2023 <https://www.pbs.org/wgbh/nova/article/synthetic-food-better-cooking-through-chemistry/>

BAÑOS ARDAVÍN, E. J., URRUTIA ALBISUA, E., RODRÍGUEZ REGORDOSA, H., OLMOS LÓPEZ, J., & DÍAZ VÁZQUEZ, A. (2014). *Análisis Sensorial*. Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Gastronomía. Puebla: Miguel Ángel Carretero Domínguez. Visto el 16 de Febrero de 2023.

BARÓN-SANCHEZ, J., SANTIAGO, C., GOIZUETA SAN-MARTÍN, G., ARCA, R., & FERNÁNDEZ, R. (28 de Julio de 2020). Afectación del sentido del olfato y el gusto en la enfermedad leve por coronavirus (COVID-19) en pacientes españoles. *Elsevier. Neurología*, 633-638. Visto el 11 de Febrero de 2023. <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0213485320302334?token=49A1C9613E3DC5DBF1CE96E8BF5F23BD8C03C98EB7D1BF7EA4B09BE4F59447F49881FAFA2E9B0DAAE6CCBC33F953AAC5&originRegion=eu-west-1&originCreation=20230215125843>

BATTINO, M., BELWAL, T., PRIETO, M.A. (Marzo 2023) Valorization of food products using natural functional compounds for improving organoleptic and functional chemistry. *Food Chemistry*, Volumen 403. Visto el 25 de Abril de 2023.

BLUMENTHAL, H. (2022). *The Fat Duck*. Visto el 23 de Noviembre de 2022. <https://thefatduck.co.uk/>

BRANDSUMMIT. (2023). *Brandsummit*. Visto el 13 de Abril de 2023. <https://brandsummit.es/>

- BRESLIN, P. A. (1996). Interactions among salty, sour and bitter compounds. *Trends in Food Science & Technology*, 7, 390-399. Visto el 20 de Mayo de 2023.
- BRIAND, L., & SALLES, C. (2023). Taste and trigeminal perception: from detection to integration. *Flavor (Second Edition)* (págs. 105-126). Elsevier. Visto el 17 de Mayo de 2023.
- BRILLAT-SAVARIN, J. A. (1978). *Fisiología del Gusto*. Madrid: Cupsa. Visto el 16 de Noviembre de 2022.
- CAMPINHO, J., SOUSA, P., & MATA, P. (2023). The influence of music on the perception of taste. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31(100669). Visto el 26 de Abril de 2023.
- CANALES, M. (16 de Agosto de 2022). Le Bab - Middle Eastern Restaurant. Visto el 2 de Febrero de 2023. <https://www.eatlebab.com/posts/kebab-queen>
- COURCOUX, P.; FAYE, P.; QANNARI, E.M. (2023). Chapter 8. Free sorting as a sensory profiling technique for product development. *Applications in New Product Development and Consumer Research Woodhead Publishing Series in Food Science, Technology and Nutrition*, 173-208. Visto el 14 de Abril de 2023.
- DAMEVIN, L., LABBE, D., MARTIN, N., MORGENEGG, C., & VACCHER, C. (2006). Modulation of perceived taste by olfaction in familiar and unfamiliar beverages. *Food Quality and Preference*, 582-589. Visto el 21 de Mayo de 2023.
- DRAKE, B. K. (1962). *Food Crushing Sounds. An introductory Study*. Chicago. Visto el 2 de Abril de 2023.
- DW FOOD. (18 de Julio de 2020). *The Only Truly Original Pastéis de Nata*. Visto el 20 de Mayo de 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=W3hM7nREWJw>
- FERNÁNDEZ, F. R. (2020). *Derecho alimentario y protección del consumidor. Teoría y prácticas*. Valencia: Tirant lo blanch. Visto el 20 de Abril de 2023.
- GRUNERT, K. G., JENSEN, B. B., SONNE, A.-M., BRUNSØ, K., BYRNE, D. V., CLAUSEN, C., . . . SCHOLDERER, J. (Noviembre de 2008). User-oriented innovation in the food sector: relevant streams of research and an agenda for future work. *Trends in Food Science & Technology*, 590-602. Visto el 5 de Junio de 2023.
- GRUPO ATICO 34. (2022). El secreto industrial. ¿Qué es y como se protege en España?. Visto el 29 de Mayo de 2023. https://protecciondatos-lopd.com/empresas/secreto-industrial/#Tutela_juridica_de_un_secreto_industrial
- GUICHARD, E., AYED, C., SALLES, C. (2023). Chapter 1. Retention and release of aroma and taste compounds, influence on perception. *Flavor (Second Edition)*, 3-27. Visto el 22 de Febrero de 2023.

- HARRAR, V., & SPENCE, C. (2013). The taste of cutlery: how the taste of food is affected by the weight, size, shape, and colour of the cutlery used to eat it. *Flavour Journal*. Visto el 7 de Febrero de 2023.
- HARRAR, V., PIQUERAS-FISZMAN, B., & SPENCE, C. (2011). Short and sweet. There's more to taste in a coloured bowl. *Perception*, 40, 880-882. Visto el 3 de Marzo de 2023.
- HUB, B. C. (Septiembre de 2020). *BROMATOLOGÍA: ¿QUÉ ES Y DE QUÉ SE OCUPA EN EL SECTOR DE LOS ALIMENTOS?* Visto el 18 de Diciembre de 2022.
<https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/bromatologia-ciencia-y-cocina>.
- HUTCHINGS, J. B. (1994). *Food Colour and Appearance*. Springer-Science and Business Media, B.V. Visto el 2 de Marzo de 2023.
- JUTRAS, B., LÜÖND, A., HONEGGER, F., STIEGER, C., HUMMEL, T., & WELGE-LÜSSEN, A. (2019). *Influence of external ear occlusion on food perception*. Springer-Verlag GmbH Germany. Visto el 2 de Abril de 2023
- LAUGHLIN, Z., CONREEN, M., WITCHEL, H. J., & MIODOWNIK, M. (2011). The use of standard electrode potentials to predict the taste of solid metals. *Food Quality and Preference*, 22, 628-637. Visto el 19 de Abril de 2023.
- MADZHAROV, A. V. (2019). Self-Control and Touch: When Does Direct Versus Indirect Touch Increase. *Journal of Retailing*, 170-185. Visto el 17 de Enero de 2023.
- MCGEE, H. (2004). *La cocina y los alimentos. Enciclopedia de la ciencia y la cultura de la comida*. Debate. Visto el 20 de Noviembre de 2022.
- MEJÍA LÓPEZ, L. S., HERNÁNDEZ LÓPEZ, R., & MEJÍA CASTILLO, S. E. (2013). Cocina y arte: la doble significación de la gastronomía. *CULINARIA. Revista virtual especializada en Gastronomía*, 6, 7-22. Visto el 22 de Marzo de 2023.
- MENGUAL RECUERDA, A., TUR VIÑES, V., & JUÁREZ VARÓN, D. (2020). Neuromarketing in Haute Cuisine Gastronomic Experiences. *Frontiers in Psychology*. Visto el 17 de Mayo de 2023.
- MUGARITZ. CREATIVIDAD GASTRONÓMICA E INNOVACIÓN. (18 de Marzo de 2022). Visto el 7 de Enero de 2023. <https://www.mugaritz.com/es/comer-con-las-manos/co-1648034797/>
- PAINTER, J. E., VAN ITTERSUM, K., & WANSINK, B. (2005). How descriptive food names bias sensory perceptions in restaurants. *Food Quality and Preference*, 16, 393-400. Visto el 8 de Marzo de 2023.
- PENFIELD, M. P., & CAMPBELL, A. M. (1990). *Experimental Food Science*. Academic Press. Visto el 16 de Febrero de 2023.
- PRECUP, G., MITREA, L., CALINOIU, L. F., MARTAU, A. G., NEMES, A., TELEKY, B. E., . . . VODNAR, D. C. (2021). Food processing by-products and molecular gastronomy. En *Gastronomy and Food Science* (Vol. 8, págs. 137-163). Visto el 22 de Diciembre de 2022

- RAE. (2022). *Definición Gastronomía*. Visto el 7 de Diciembre de 2022, de Diccionario de la Lengua Española: <https://dle.rae.es/gastronom%C3%ADa>
- RAE. (2023). *Definición Sinestesia*. Visto el 7 de Febrero de 2023, de Diccionario de la Lengua Española: <https://dle.rae.es/sinestesia?m=form>
- SALLES, C., TARREGA, A., MIELLE, P., MARATRAY, J., GORRIA, P., LIABOEUF, J., & LIODENOT, J.-J. (2007). Development of a chewing simulator for food breakdown and the analysis of in vitro flavor compound release in a mouth environment. *Journal of Food Engineering*, 189-198. Visto el 17 de Abril de 2023
- SCHIFFERSTEIN, H. N. (2009). The drinking experience: Cup or content? *Food Quality and Preference*, 20, 268-276. Visto el 17 de Febrero de 2023
- SOUNDTRACK YOUR BRAND. (2022). *Soundtrack your brand*. Visto el 26 de Abril de 2023. <https://www.soundtrackyourbrand.com/>
- STAFF, G. (4 de Julio de 2018). *La receta de Ferran Adrià de una tortilla de patata deconstruida*. Visto el 27 de Noviembre de 2022. <https://www.gastromakers.com/2018/07/04/receta-de-ferran-adria/>
- THIS, H. (2006). *Molecular Gastronomy. Exploring the Science of Flavor*. Prensa de la Universidad de Columbia. Visto el 18 de Diciembre de 2022.
- THIS, H. (1 de 5 de 2019). The science of molecular gastronomy and the art of innovative cooking. *FEBS Letters*, 593, 887-891. Visto el 20 de Diciembre de 2022.
- TYLEWICZ, U., INCHINGOLO, R., & RODRIGUEZ-ESTRADA, M. T. (2021). Chapter 9. Food Aroma Compounds. En *Nutraceutical and Functional Food Components* (págs. 363-409). Academic Press. Visto el 29 de Marzo de 2023.
- VON HIPPEL, E. (1978). Successful Industrial Products from Customer Ideas. *Journal of Marketing*, 42, 39-49. Visto el 28 de Abril de 2023.
- WEBSTER, J. (27 de Agosto de 2015). Behind the Scenes of Stella Artois' Sensorium | Food-Enhancing Visuals. (T. Hunter, Entrevistador) Visto el 15 de Abril de 2023. https://www.google.com/search?rlz=1C1GCEA_enES828ES829&tbm=vid&sxsrf=APwXEddBRrMzI49n4iFxoQAx5VhJtvHA1w:1681225548967&q=stella+artois+sensorium&sa=X&ved=2ahUKEwjI4idjaL-AhWUVKQEHbbbC_8Q8ccDegQIDBAH&biw=1280&bih=530&dpr=1.5#fpstate=ive&vld=cid:29398f15,vi
- YOUSSEF, J., & SPENCE, C. (2023). Gastromotive dining: Using experimental multisensory dining to engage customers. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. Visto el 11 de Abril de 2023.

10. ANEXO I. Encuesta

¿Qué edad tienes? *

- Menos de 18 años
- 18-25 años
- 26-45 años
- 45-65 años
- Más de 65 años

Actualmente a que te dedicas... *

- Estudiante
- Trabajador/a
- Jubilado/a

Sector especializado en el cual trabajas o has trabajado... *

- Industria alimentaria
- HORECA (Hostelería, Restauración y Catering)
- Otro: _____

¿Cuáles son tus preferencias/dieta que sueles seguir? *

- Omnívora
- Especializada (problemas de salud, intolerancias...)
- Vegetariana/Vegana
- Otro: _____

A la hora de realizar la compra en casa... *

- Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
- Somos diferentes personas las que la realizamos
- No me ocupo de ello

¿Sueles cocinar? *

- Cocino o preparo las comidas del día
- No, son otras personas las que lo hacen por mí
- Suelo comer fuera de casa/HORECA

A la hora de realizar una comida... *

- Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos
- Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)
- Únicamente pienso en que sensorialmente me resulte buena
- Indiferencia en la aportación nutricional

A la hora de elegir un restaurante/bar para realizar una comida me fijo en... (1 menor a 5 mayor) *

	1	2	3	4	5
El nombre de los platos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las fotos de los platos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instalaciones/ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opiniones de clientes/comensales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio medio del establecimiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Al elegir un plato mis preferencias son... (1 menor a 5 mayor) *

	1	2	3	4	5
Presentación del plato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forma en la que se realiza (técnica/proceso si se indica. Ej: Vapor, frito...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ingredientes de temporada/local/exótico/original	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cantidad de comida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elección depende de la franja horaria (desayuno, comida o cena)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Puntúa que cualidades son más importantes para tí al servirse una preparación (1 * menor a 6 mayor)

	1	2	3	4	5	6
Sabor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Textura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olor/aroma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Color	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apariencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Temperatura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué nombre le pondrías a la preparación respecto a lo que ves en la imagen? *



Texto de respuesta corta

Aun sin saber lo que es/que lleva la preparaci3n... ¿lo probarías? *

- SÍ
- No

Y en esta segunda imagen, ¿Qué nombre le pondrías a la preparaci3n respecto a lo que ves? *



Texto de respuesta corta

Aun sin saber lo que es/que lleva la preparaci3n... ¿lo probarías? *

- SÍ
- No

Esta imagen muestra una comida altamente nutritiva y deliciosa. ¿Cómo piensas que es su modo de preparación?



Texto de respuesta corta

Se trata del mismo plato, únicamente con agua y un par de minutos de calor. ¿Y si lo vieras así, te resultaría más apetecible?



- Sí
- No

11. ANEXO II. Resultados de la encuesta

¿Qué edad tienes?	Actualmente a que te dedicas...	Sector especializado en el cual trabajas o has trabajado...	¿Cuáles son tus preferencias/dieta que sueles seguir?	A la hora de realizar la compra en casa...
Menos de 18 años	Estudiante	Estudio	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
Menos de 18 años	Estudiante	No he trabajado nunca	Omnívora	No me ocupo de ello
Menos de 18 años	Estudiante	No he trabajado nunca	Omnívora	No me ocupo de ello
18-25 años	Estudiante	Industria alimentaria	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
18-25 años	Estudiante	Deportivo	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Trabajador/a	Administración	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Estudiante	Otro	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Estudiante	Industria alimentaria	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
18-25 años	Estudiante	Sector Agrícola	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Trabajador/a	Industria alimentaria	Omnívora	No me ocupo de ello
18-25 años	Estudiante	Industria alimentaria	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
18-25 años	Trabajador/a	Paro	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Estudiante	HORECA (Hostelería, Restauración y Catering)	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
18-25 años	Estudiante	No he trabajado nunca	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Estudiante	Construcción	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Estudiante	Investigación sanitaria	Omnívora	No me ocupo de ello
18-25 años	Estudiante	Educación	Omnívora	No me ocupo de ello
18-25 años	Trabajador/a	Aeronáutica	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Trabajador/a	Sanidad	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Estudiante	No he trabajado nunca	Omnívora	No me ocupo de ello
18-25 años	Estudiante	No he trabajado nunca	Vegetariana/Vegana	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Estudiante	No he trabajado nunca	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Trabajador/a	Agricultura	Omnívora	No me ocupo de ello
18-25 años	Trabajador/a	Empresarial	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
18-25 años	Trabajador/a	Industria audiovisual	Vegetariana/Vegana	Somos diferentes personas las que la realizamos

18-25 años	Estudiante	Industria alimentaria	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
18-25 años	Trabajador/a	Neurociencia	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
18-25 años	Estudiante	Cosmética	Omnívora	No me ocupo de ello
18-25 años	Trabajador/a	Industria alimentaria	Omnívora	No me ocupo de ello
18-25 años	Estudiante	Economía	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
18-25 años	Trabajador/a	Sector Agrícola	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Estudiante	Industria mecánica	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Estudiante	.No he trabajado nunca	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Somos diferentes personas las que la realizamos
18-25 años	Estudiante	Industria alimentaria	Omnívora	No me ocupo de ello
18-25 años	Trabajador/a	Sector Agrícola	Omnívora	No me ocupo de ello
18-25 años	Trabajador/a	Salud	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Estudiante	Servicios sociales / Cuidados / Animación sociocultural	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Trabajador/a	Salud	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Trabajador/a	Tecnología de la información y comunicación	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Somos diferentes personas las que la realizamos
18-25 años	Trabajador/a	Trabajo social	Vegetariana/Vegana	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Trabajador/a	Sanitario	Omnívora	No me ocupo de ello
18-25 años	Trabajador/a	Servicio terciario	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Estudiante	Psicología	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
18-25 años	Estudiante	Industria alimentaria	Omnívora	No me ocupo de ello
18-25 años	Trabajador/a	Programación	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
26-45 años	Trabajador/a	HORECA (Hostelería, Restauración y Catering)	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
26-45 años	Trabajador/a	Administración	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
26-45 años	Trabajador/a	Sanidad	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	No me ocupo de ello
26-45 años	Trabajador/a	Administración	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Somos diferentes personas las que la realizamos
26-45 años	Trabajador/a	Administración	Ninguna	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
26-45 años	Trabajador/a	Diseño y comunicación	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
26-45 años	Trabajador/a	Industria	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
26-45 años	Trabajador/a	Sector eléctrico	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos

26-45 años	Trabajador/a	HORECA (Hostelería, Restauración y Catering)	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
26-45 años	Trabajador/a	Sanidad	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
26-45 años	Trabajador/a	Sector del metal	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Somos diferentes personas las que la realizamos
26-45 años	Trabajador/a	Ingeniería	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
26-45 años	Trabajador/a	Industria alimentaria	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
26-45 años	Trabajador/a	Industria alimentaria	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
26-45 años	Trabajador/a	Industria alimentaria	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
26-45 años	Trabajador/a	Industria alimentaria	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
26-45 años	Trabajador/a	HORECA (Hostelería, Restauración y Catering)	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
26-45 años	Trabajador/a	Docencia	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Administración	Mediterranea	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Educación	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Sector terciario	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Comercio	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Alimentación animal	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Enseñanza	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Administración	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Educación	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Administración	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Administración local	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Textil	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Sanidad	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Jubilado/a	Administración	Celiaquía	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Jubilado/a	Electricidad	Como de todo	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Transporte	Omnívora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Industria Textil	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Jubilado/a	Administración	Omnívora	Somos diferentes personas las que la realizamos

45-65 años	Trabajador/a	Administración	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	administración pública	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Docencia	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Administración pública	Mediterránea	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Comercio	Mediterránea	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Comercio	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Industria alimentaria	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Administración pública	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Construcción	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Industria alimentaria	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Administración	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Monitora	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Sanidad	Como de todo, pero sin hidratos carbono refinados ni azúcares. Soy celiaca y tampoco como gluten	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Administración	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Administración	Mediterranea	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Industria alimentaria	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Construcción	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Sector del Automóvil	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Industria animal	Omnivora	No me ocupo de ello
45-65 años	Trabajador/a	Administración Pública	Omnivora	No me ocupo de ello
45-65 años	Trabajador/a	Ingeniería	Low carb	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Servicio social	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Mecánica	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Construcción	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Enseñanza	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Mecánica	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Funcionario	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Textil	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Construcción	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos

45-65 años	Trabajador/a	Construcción	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Público	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Profesor	Mediterránea	No me ocupo de ello
45-65 años	Trabajador/a	Camionero	Omnivora	No me ocupo de ello
45-65 años	Trabajador/a	Asesoría	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Ingeniería industrial	Especializada (problemas de salud, intolerancias...)	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Administración	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
45-65 años	Trabajador/a	Farmacia	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
45-65 años	Trabajador/a	Personal de limpieza	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
Más de 65 años	Jubilado/a	Docencia.	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
Más de 65 años	Jubilado/a	En la DGA	Omnivora	Somos diferentes personas las que la realizamos
Más de 65 años	Jubilado/a	Peluquería, Ama de casa.	Mediterránea	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
Más de 65 años	Jubilado/a	Ama de casa	Omnivora	Siempre eres el/la que se ocupa de hacerla o elegir que comprar
Más de 65 años	Jubilado/a	Peluquera	Mediterranea	Somos diferentes personas las que la realizamos

¿Sueles cocinar?	A la hora de realizar una comida...	A la hora de elegir un restaurante/bar para realizar una comida me fijo en...					
		El nombre de los platos	Las fotos de los platos	Instalaciones y ambiente	Opiniones de clientes y comensales	Precio medio del establecimiento	Presentación del plato
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Únicamente pienso en que sensorialmente me resulte buena, Indiferencia en la aportación nutricional	1	4	2	5	3	5
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Únicamente pienso en que sensorialmente me resulte buena	5	5	3	5	5	5
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	5	2	5	5	4
Cocino o preparo las	Soy consciente de lo que	3	4	3	3	3	3

comidas del día	estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)						
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	4	5	5	5	5	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	4	4	4	5	2	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	4	5	5	3	3	3
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	3	4	5	3	4	4
Cocino o preparo las comidas del día	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	2	2	4	3	5	3
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Únicamente pienso en que sensorialmente me resulte buena	5	5	3	3	5	5
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	5	5	5	4	4
Cocino o preparo las comidas del día	Indiferencia en la aportación nutricional	1	3	5	5	4	4
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	4	5	5	5	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	4	5	4	4	5	4
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Indiferencia en la aportación nutricional	1	3	3	4	5	2
No, son otras	Únicamente pienso en que	1	2	3	2	3	3

personas las que lo hacen por mí	sensorialmente me resulte buena, Indiferencia en la aportación nutricional						
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	5	5	5	5	5	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...), Únicamente pienso en que sensorialmente me resulte buena, Indiferencia en la aportación nutricional	1	2	3	4	5	2
Cocino o preparo las comidas del día	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	3	4	4	5	3	4
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Indiferencia en la aportación nutricional	3	2	5	4	4	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	2	3	4	4	4	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	2	5	5	5	5	3
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	2	4	4	4	3	3
Cocino o preparo las comidas del día	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	3	5	4	5	5	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	2	3	4	5	1
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	4	4	4	5	5	4

No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	4	3	3	4	4	4
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	5	3	5	5	1
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Únicamente pienso en que sensorialmente me resulte buena	4	5	3	5	3	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	3	3	4	4	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	4	5	4	2	3	4
Cocino o preparo las comidas del día	Únicamente pienso en que sensorialmente me resulte buena	2	3	3	1	3	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	2	4	3	3	4	3
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	2	5	3	5	4	5
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	2	3	4	5	5	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	3	5	3	5	5	4

	fritura, plancha, encurtido...)						
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	4	5	5	5	5	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	5	5	5	5	5	4
Suelo comer fuera de casa/HORECA	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	3	5	5	4	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	5	3	4	4	5	4
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	1	2	1	2	2
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	5	4	5	3	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	3	3	3	3	2
Cocino o preparo las comidas del día	Indiferencia en la aportación nutricional	2	2	3	2	2	2
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	2	5	4	4	4
Cocino o preparo las comidas del día	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	4	4	4	4	5	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	2	2	2	2	2
Cocino o preparo las comidas del día	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	4	5	4	5	5	4
Cocino o preparo las	Utilizo diferentes técnicas de	3	4	2	5	3	4

comidas del día	cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)						
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	3	3	4	4	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	3	2	5	4	3
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	3	5	5	5	4	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	1	4	3	3	1
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Indiferencia en la aportación nutricional	3	5	5	5	3	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	3	3	3	2	2
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	4	4	4	3	3	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	5	5	3	5	3
Cocino o preparo las comidas del día	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	5	2	3	1	3	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	2	4	5	3	1
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes	2	5	5	4	5	4

	técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)						
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	2	4	4	4	4	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	5	4	4	4	4
Suelo comer fuera de casa/HORECA	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	3	5	4	4	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	3	4	5	5	4	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	5	1	2	4	2	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	5	5	5	5	5	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	2	4	5	5	3	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	2	2	3	4	4	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	1	5	3	1	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	2	3	4	4	4	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	2	4	4	4	3

Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	3	5	5	5	3	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	1	4	4	4	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	2	3	3	3	2
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	1	2	3	3	2
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	2	4	5	3	5	5
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	1	3	4	3	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	5	4	4	5	3	4
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	2	3	3	3	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	2	2	3	3	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	3	1	3	1	2	2
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	2	2	4	5	4	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	1	5	3	4	3
Cocino o preparo las	Indiferencia en la aportación	2	4	5	5	4	5

comidas del día	nutricional						
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	1	2	2	2	1
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	4	3	3	3	4
Cocino o preparo las comidas del día	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	4	4	5	5	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	4	4	4	3	4	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	2	3	4	5	5	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	1	3	3	2	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	4	5	5	4	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	5	4	3	4	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	2	4	4	5	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	5	3	4	5	5	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido,	1	1	5	5	5	2

	fritura, plancha, encurtido...)						
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	3	5	3	4	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	4	3	5	2	2
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	5	4	4	4	5	5
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	2	3	4	4	2	4
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	2	3	1	3	5
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	2	4	3	1	4	2
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	3	1	3	1	4	3
Cocino o preparo las comidas del día	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	2	5	3	5	4	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	2	1	2	2	1	1
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	5	5	5	5	5	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	1	1	3	5	3	3
Cocino o preparo las	Soy consciente de lo que	3	1	3	2	3	2

comidas del día	estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)						
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	5	5	4	2	5	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	3	3	4	4	4	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	3	3	3	3	3	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	2	2	1	2	2
No, son otras personas las que lo hacen por mí	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	3	3	4	4	4	4
Suelo comer fuera de casa/HORECA	Únicamente pienso en que sensorialmente me resulte buena	1	3	5	4	5	2
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	3	2	5	1	4	3
Cocino o preparo las comidas del día	Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	1	3	5	2	4	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	4	3	4	4	5	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	2	3	3	1	3	3
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	5	5	5	5	5	2
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	4	2	4	5	3	4
Cocino o preparo las	Soy consciente de lo que	1	3	2	5	4	3

comidas del día	estoy comiendo y vario alimentos						
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	3	3	3	3	3	4
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos, Utilizo diferentes técnicas de cocina (hervido, fritura, plancha, encurtido...)	4	2	5	3	5	5
Cocino o preparo las comidas del día	Soy consciente de lo que estoy comiendo y vario alimentos	5	3	4	3	4	5

Al elegir un plato mis preferencias son: Forma en la que se realiza	Ingredientes de temporada/local/exótico/original	Cantidad de comida	Franja horaria : desayuno,comida o cena	Puntúa que cualidades son más importantes para tí al servirse una preparación: Sabor					
				Textura	Olor/aroma	Color	Apariencia	Temperatura	
1	2	4	3	6	1	5	3	4	2
1	2	4	2	6	6	4	6	5	1
1	5	4	3	6	6	4	4	5	4
3	3	4	4	6	6	5	3	4	4
3	4	5	4	6	6	6	5	4	5
4	4	1	5	6	4	6	4	5	5
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	5	2	6	5	6	5	5	4
3	2	3	4	5	4	4	4	5	5
1	3	2	5	6	6	4	2	3	1
4	5	2	3	6	5	6	4	6	3
5	3	4	5	6	6	6	5	4	5
4	4	5	4	6	5	5	4	5	6
2	2	3	3	6	5	5	5	5	6
2	3	3	5	6	2	3	4	2	1
2	1	1	2	4	3	2	2	4	2
3	3	4	4	6	3	6	5	4	5
1	3	4	5	6	3	4	2	5	1
3	4	4	5	3	4	5	4	5	5
4	3	4	5	6	6	4	3	3	5
1	4	3	4	5	5	5	3	4	4
3	3	3	4	5	3	2	2	4	3
3	5	4	3	6	5	4	4	5	3
4	4	3	3	6	5	5	4	6	4
3	2	5	4	6	5	2	1	3	3

3	3	4	5	5	5	3	3	5	4
5	4	2	5	6	4	4	4	6	3
3	1	3	5	4	6	5	1	2	3
2	3	4	4	6	4	4	4	6	4
3	3	4	4	5	4	4	3	3	3
2	3	3	4	5	2	4	2	4	4
2	2	3	3	4	4	4	2	4	4
4	3	4	4	5	4	5	4	5	4
5	5	3	3	5	6	5	4	6	5
2	4	4	3	6	3	4	4	5	4
5	3	5	4	6	6	5	4	4	5
4	4	5	5	6	2	5	1	5	5
2	2	2	3	4	3	3	3	5	4
5	5	4	5	6	5	4	5	6	6
2	2	4	4	6	2	4	4	5	4
2	3	2	2	4	3	2	4	4	4
5	2	4	5	6	5	6	4	5	4
3	3	3	3	4	4	4	2	2	1
2	2	2	3	4	4	3	2	2	2
2	3	4	4	6	4	6	5	5	2
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	6	6	4	4	5	6
5	5	2	2	5	5	5	2	3	1
4	4	2	3	6	5	6	6	3	6
3	4	3	3	6	5	5	5	6	4
1	1	1	1	6	5	5	5	5	4
4	3	3	4	6	6	5	5	6	6
4	4	3	2	6	3	3	3	4	1
5	4	4	4	6	5	6	6	6	6
3	3	1	3	4	4	4	2	3	3
4	5	3	3	6	6	6	5	5	5
3	5	3	3	5	4	4	1	4	3
5	5	5	5	6	4	6	4	6	6
5	3	4	1	5	3	4	1	3	2
5	5	5	5	6	6	6	5	6	6
2	2	4	4	6	5	5	5	5	4
3	2	4	4	6	5	2	3	6	6
2	4	4	4	6	4	6	4	5	5
2	4	3	1	3	1	3	3	3	2
3	4	3	2	5	4	4	2	3	3
3	4	4	2	6	4	4	4	5	5
5	5	3	4	6	5	6	4	4	6
2	4	4	4	5	5	5	3	4	4

5	5	1	5	5	5	5	2	3	3
4	5	2	2	6	4	5	5	5	5
3	3	3	5	6	4	6	5	5	4
5	5	2	4	5	4	5	5	5	3
4	4	3	5	5	5	5	3	3	5
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	2	2	4	3	4	4	4	3
5	3	2	5	6	6	6	4	6	6
5	5	2	4	6	6	5	3	5	6
5	5	3	1	6	4	5	4	5	5
2	2	2	2	4	3	2	3	4	2
3	4	1	2	6	6	6	6	6	5
3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
5	5	3	5	6	6	6	4	4	6
1	3	1	5	5	4	5	3	6	3
4	4	5	4	5	4	5	5	6	6
2	2	1	2	6	4	6	3	5	3
5	5	1	4	6	5	5	4	4	3
3	3	4	5	6	5	5	5	6	5
5	5	5	5	5	4	6	6	5	2
5	5	4	4	6	5	5	5	5	5
3	3	2	1	4	4	4	2	3	3
5	5	3	5	6	5	5	1	4	4
4	3	2	2	6	2	4	1	3	4
5	5	4	1	6	5	6	4	6	4
3	4	5	4	6	5	5	4	5	5
5	5	5	5	6	6	6	6	6	6
4	5	3	3	6	6	5	4	5	5
4	3	1	5	6	2	3	1	4	5
5	3	3	4	6	6	6	6	6	6
2	3	3	5	4	4	3	3	4	4
5	5	3	4	6	5	6	5	5	4
4	4	3	4	6	4	5	2	3	5
4	3	2	2	3	3	3	2	2	3
3	2	3	3	6	3	3	4	5	4
2	2	2	2	4	2	3	4	4	3
5	5	5	3	6	6	6	4	4	4
3	3	3	5	4	4	6	5	5	5
1	2	2	3	4	3	3	3	4	2
5	5	5	5	6	6	6	4	6	6
4	4	4	3	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	1	6	4	6	1	3	6

4	4	3	4	6	5	5	4	4	4
3	3	5	4	6	4	4	4	5	4
2	5	1	4	6	4	2	1	3	5
1	2	4	5	6	2	4	1	5	3
2	4	3	3	6	5	5	4	6	4
3	3	1	3	4	4	4	4	4	3
2	2	2	2	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	6	5	5	4	6	6
5	5	4	5	6	5	5	4	4	5
4	4	4	4	6	6	6	6	6	6
5	5	3	5	6	6	4	4	6	6
5	4	3	3	5	5	5	5	5	5

¿Qué nombre le pondrías a la preparación respecto a lo que ves en la imagen?	Aun sin saber lo que es/que lleva la preparación... ¿lo probarías?	Y en esta segunda imagen, ¿Qué nombre le pondrías a la preparación respecto a lo que ves?	Aun sin saber lo que es/que lleva la preparación... ¿lo probarías?	Esta imagen muestra una comida altamente nutritiva y deliciosa. ¿Cómo piensas que es su modo de preparación?	Se trata del mismo plato, únicamente con agua y un par de minutos de calor. ¿Y si lo vieras así, te resultaría más apetecible?
En punta	Sí	cinturon	No	horno	Si
Galletas de huevo	No	Pimientones	No	Tomates podridos	Si
Patata de garbanzo	Sí	Arroz con pimiento	No	Tomates en laminas secos	Si
Crujientito de queso	Sí	Saquito de sushi	No	Hervida	Si
Cuadrado	Sí	Regalitos	Si		Si
Saquito de huevo	Sí	nigiri de atun	Si	Horneado	Si
Doritos	Sí	Uña de Rosalía	Si	Con paciencia y sabiduría (secar)	Si
cubo flotante, relleno de carne mechada y cebolla caramelizada sobre base de crema de calabaza	Sí	nigiri de atun	Si	horno	Si
Nuevo amanecer	Sí	Mochilero	Si	horneado	Si
crocantis	Sí	ñoki ñoki	No	falso tomate	Si
Almohada vertical	Sí	Sushi	Si	Al horno	Si
Golden Hour	Sí	Sukhotai	Si	Tomate frito	Si
Solecito	Sí	wombo combo	Si	Horneado	Si
Frito	Sí	sushi, arroz hervido	Si	no idea	Si
Saco	Sí	Sushi	Si	Horno	No
Crujiente de Egipto	Sí	Samurai rojo	Si	Tomate elaborado mediante vuelta y vuelta a la placha	Si
Hojaldre de boletus con salsa de mostaza	Sí	Sushi mediterráneo	No	Hervida	Si
Saquito de No-se sobre crema de huevo	Sí	Sushi	No	No lo sé	No
Patata sufle	Sí	Nigiri	Si	Al horno	Si

Bocado cuadrado	Sí	Sushi	Si	Deshidratando los alimentos.	Si
Saquito de pasta relleno	Sí	Rollito japonés	Si	Al horno	No
Rectángulo salsa brava	Sí	Nigiri de atún rojo	Si	Tomate deshidratado	No
Saquito de yema de huevo	Sí	Sushi	Si	Base de tomate y al horno	Si
Relleno	Sí	Niguiri	Si	Air fryer	Si
Hojaldre relleno?	Sí	Sushi	Si	Tomates frescos preparados al horno	Si
Crujiente de (lo que sea que lleve dentro)	Sí	Nigiri de atún	Si	Al horno	Si
Crujiente de mostaza	Sí	Maki de atún rojo	Si	Al horno	Si
Sobre explosión de sabor	Sí	lengua de salmón abrazado a oriente	Si	al horno	No
Cuadrado de calabaza	Sí	Nigiri de pimiento	No	Al horno	No
Saco amarillo	Sí	Sushi	Si	Horneado	Si
Saquito de naranja	Sí	Sushi de carne	Si	Al horno	Si
Estrella fugaz 🌟	Sí	Zapatos chinos	Si	Al horno	Si
culo flotante	Sí	sushi	Si	airfryer	Si
Ravioli crujiente de calabaza	Sí	Nigiri de atún con alga	No	Horneado	Si
Rombo de diamantes	Sí	Sushi	Si	Al microondas	Si
Crujiente de queso	Sí	Sashimi de atun	Si	Al horno	Si
Frito	Sí	Crudo	Si	Horno	Si
Milhojas sobre parmentier de mostaza	Sí	Nigiri de atún rojo marinado	No	Horno	No
El cubo de Castello	No	Unagi nigiri	No	Horno	Si
Queso frito	Sí	Sushi	Si	Al horno	Si
Empanadilla	Sí	Sushi	Si	En el horno asado	Si
Cuadrado de queso	Sí	Nigiri de atún rojo	No	Quiché hecha al horno	No
Saquitos de pera	No	Sushi	No	Hervido	Si
Crujiente con salsa de mostaza	Sí	Sushi	No	Tomate al horno	Si
Ravioli equilibrista	Sí	Niguiri	Si	Deshidratación y un pelin a 180°	Si
Crujiente relleno de ...	No	Sushi	No	Frito	Si
pintxo de huevo frito	Sí	sushi	No	frito	Si
Saquito de chorizo	Sí	Regalito	No	Fresco	Si
Crujiente de calabaza	Sí	Sushi picante	Si	Al horno	Si
Saquito de pasta filo relleno de rulo a toque de mostaza	Sí	Sushi de atún	No	Al horno	Si
Equilibrio de chistorra	Sí	Sushi de atún y algas	Si	Plancha	Si
Rombo crujiente	Sí	Nigiri enrollado	Si	Horno	Si
Patata crujiente	Sí	Elicoptero	Si	Al horno	No
Equilibrio perfecto	Sí	Todo al rojo	Si	A la plancha bien caliente	Si
Bombón	Sí	Niguiri de atun	Si	Horno	Si
Saquito relleno	No	Niguiri de atún	No	Asado al horno	Si
Bocado explosivo	Sí	Niguiri fusión de atún	Si	Horno	No
Cuadrado de queso	Sí	Lengua de pimientos	Si	Asado	No

Saquito en tempura o de hojaldre	Sí	Niguri	No	Al horno	No
Hojaldre vertical	Sí	Sushi	No	Horneado	Si
Hojaldre 3D	Sí	Nigiri de atún	Si	Cocción	Si
Rombo	Sí	Trampantojo de lengua de vaca	Si	Plancha	Si
Crujiente al amanecer	Sí	Sushi	Si	Al horno	Si
Saquito de oblea relleno de veedurías a baja temperatura	Sí	Lenguas de pimiento y bacalao	Si	Al horno	Si
Crujiente	Sí	Atadillo de pimientos	Si	En frío	Si
Tortellini	Sí	Piquillos	Si	Al horno	Si
Crema de calabaza con cumbre de hojaldre	No	Timbal de arroz con sabana de pimiento rojo coronado con algas	No	A la plancha	Si
Doblado al aire	Sí	Sushi	Si	Tomate deshidratado	Si
Crujiente relleno	No	Paquete de arroz y piquillo	No	A la parrilla	Si
Tortellini de calabaza con canela	Sí	Sushi del piquillo	Si	Tomates secos	Si
Rombo de alegría	Sí	Zuequiños	Si	Vapor	Si
Crujiente vertical	Sí	Regalo oriental	Si	Al horno	No
Verano	No	Fusión tricolor	No	Horno o plancha	Si
Huevo soleado	No	Regalo de pimientos	No	Horno	Si
Equilibrio	Sí	Patucos	Si	Al horno	No
Cuadrado de naranja	No	Pimiento con tinta de calamar	Si	Horno	Si
Tostada al huevo	Sí	Arroz precintado	Si	Al horno	Si
Ravioli crujiente de yema de huevo al curry	Sí	Montadito de arroz con pimientos	Si	Horno o airfryer	Si
Sol	No	Nn	No	Tomate seco	Si
Tostada con huevo	Sí	Arroz con pimientos y algas	Si	Horno	No
Una cosa naranja	No	Pimiento con sushi	Si	Deshidratado	Si
ravioli de chorizo pamplonica sobre puré de zanahoria	Sí	Paquete de pimiento rojo sobre arroz a la cubana atado con cinta de tinta de calamar y yerbabuena	Si	parece una pizza de tomate, nada que ver con el siguiente plato	No
Galleta	Sí	Arroz y algas	Si	Asado	Si
Tempura de naranja	Sí	Rollito de arroz y pimiento	Si	Tomate confitado	Si
Cuadrado crujiente	Sí	Sushi vegetal	Si	Tomate laminado al horno	Si
Huevo crujiente	Sí	Pimiento enrollado	Si	Tomate al horno	Si
Dado de hoja	Sí	Sushi pimientos	Si	Tomate natural a la plancha	Si
Crujiente tostado	Sí	Bocado de atún rojo	Si	Horno	Si
Rombo	No	Saquito de pimiento y arroz	No	Asado	Si
Delicias del sur	Sí	Sushi a la bilbaina	Si	Horno y natural	No
Huevo frito vertical	Sí	Saca la lengua ☺	Si	Asada	Si
Ravioli de mango	Sí	Tapa de arroz con pimiento rojo	Si	Tomate con cebolla y aceite	Si
Mosaico crujiente de naranja y	Sí	Paquete de arroz con	Si	Al horno	No

canela		piMiento y alga nori			
Crujiente de caramelo con espuma de mango	Sí	Bocadito de piquillo sobre clecho de arroz	Si	Al horno	No
Ravioli de zanahoria con crema de huevo	Sí	Solomillito de atún metido en cintura	No	Horno	Si
Pintxo huevo y chistorra Senen	Sí	Tapa roja	Si	Horno	Si
Equilibrio de sabores	No	Bocado de atún sobre cama de arroz	Si	Horno	Si
Rombo relleno	Sí	Sushi con chapela	Si	Rodajas de tomate natural al horno	Si
Rombito	Sí	Fajita	Si	Freidora de aire	Si
Ravioli	Sí	Sushi	Si	Tomate relleno y gratinado	No
cosa que se come	No	Niguiri de nosequé	Si	horneado	Si
Vela al viento	Sí	Fajos	No	Asada	Si
Crujiente de	Sí	Sushi de pimiento	Si	Tomate al horno	Si
Levitación de huevo frito	Sí	Piquillos sobre arroz	Si	Ni idea	Si
Ravioli	Sí	Niguiri	Si	Horno	No
Suerte	Sí	Explosión de sabores	Si	Ni idea	Si
Ravioli relleno	Sí	No se	Si	Extraño.	Si
Bocadito de chorizo con huevo.	Sí	Abrazo de arroz y pimiento.	Si	Horno.	Si
Ravioli crujiente	Sí	Sisi rojo	Si	Deshidratación	Si
Ravioli en saquito	Sí	Delicia de atún rojo	Si	Encurtido	Si
Postre	Sí	Montadito de pimientos	Si	Al horno	No
Sorpresa	Sí	Pimiento y compañía	Si	Horno/gratinado	Si
Sabor de cuadrado vertical	Sí	Fajo de arroz con pimiento	Si	Al horno	Si
Crujiente	Sí	Pimiento con arroz	Si	Horno	No
El cubito	No	Le carabinier	Si	Al horno o con soplete	Si
Tosta	Sí	Nigiri	Si	Horno	Si
Estraña	Sí	Soso	No	Horno	Si
Ravioli relleno de calabaza	Sí	Bocados japoneses	Si	Horno	No
Saquito	No	Tapa arroz , pimiento y...	Si	Una ensalada y el tomate un golpe de horno	Si
En equilibrio	Sí	Arroz con sombrero	Si	Horno/gratinado	Si
Rabioli a la salsa de azafrán.	Sí	Solomillo sobre colchon de arroz y algas.	Si	Tarta de tomate deshidratado.	Si
Sandwich suflado con salsa de mostaza y miel	Sí	Niguiri de atún	No	Horno	Si
Ravioli de chorizo con pimentón y yema de huevo	Sí	Susi de atun	Si	Con huevos harina y tomates y horneado	No