

COMIDAS INOLVIDABLES

La construcción de una metodología para analizar las experiencias de comer fuera de casa

Maria Henriqueta S. G. Gímenes
Univ. Federal de São Carlos - Brasil
José Antonio Fraiz Brea
Universidad de Vigo - España
Jose Manoel Gândara
Univ. Federal de Paraná - Brasil

Comer es una práctica cultural repleta de símbolos, valores y significados. La comida, por lo tanto, puede convertirse en una experiencia cultural y en un importante atractivo turístico capaz de dinamizar el desarrollo local. Los servicios de alimentación deben ser pensados, entonces, bajo el prisma de tendencias contemporáneas de consumo como el consumo simbólico (Baudrillard, 1991; Douglas & Isherwood, 1988; entre otros), la economía de la experiencia (Pine II & Gilmore, 1998) y la sociedad de los sueños (Jensen, 1999). Este artículo tiene por objetivo presentar la construcción de una metodología de análisis y evaluación de la calidad de la experiencia ofrecida por los restaurantes analizando los elementos que componen la experiencia de comer afuera. Para esto se realizó una revisión bibliográfica, se creó un instrumento de recolección de datos que fue aplicado en tres restaurantes previamente seleccionados por tres profesores especialistas y se realizó una entrevista con los gestores/propietarios de los tres restaurantes en cuestión. Los resultados apuntan a la multiplicidad de elementos indispensables para la construcción de la experiencia de comer fuera de casa y subsidian la revisión del instrumento de recolección de datos y de las estrategias para su aplicación. Como producto final se obtuvo una herramienta de análisis que permite profundizar los estudios sobre el tema, así como la toma de decisiones estratégicas por parte de los emprendedores que desean crear y gestionar experiencias memorables para sus comensales.

PALABRAS CLAVE: metodología de análisis, calidad de la experiencia, restaurantes.