

# Origen, evolución e interrelaciones del concepto de

turismo gastronómico. Una revisión

A origem, a evolução e as inter-relações do conceito de  
turismo gastronômico. Uma revisão

Gastronomic tourism: origin and evolution of a concept. A review

Consuelo M. Mejía Ramos<sup>1</sup>, Rafael Cartay<sup>2</sup>, Blanca E. Mendoza Mendoza<sup>1</sup>, María F. Garzón Félix<sup>1</sup> y  
Luis D. Andrade Alcívar<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Escuela Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López”,  
Calceta, provincia de Manabí,

<sup>2</sup> Universidad Técnica de Manabí, Portoviejo  
provincia de Manabí, Ecuador

[cmejia@espam.edu.ec](mailto:cmejia@espam.edu.ec); [rafaelcartay@hotmail.com](mailto:rafaelcartay@hotmail.com);

[blanca.mendoza@espam.edu.ec](mailto:blanca.mendoza@espam.edu.ec); [fgarzon@espam.edu.ec](mailto:fgarzon@espam.edu.ec); [landrade@espam.edu.ec](mailto:landrade@espam.edu.ec)

Mejía Ramos: <https://orcid.org/0009-0003-7419-715X>

Cartay: <https://orcid.org/0000-0002-5870-5658>

Mendoza: <https://orcid.org/0000-0002-5645-6299>

Garzón: <https://orcid.org/0000-0003-3605-7378>

Andrade: <https://orcid.org/0000-0001-9457-2330>

### Resumen

El turismo gastronómico es una modalidad turística creada entre finales del siglo XX e inicios del XXI. Antes la alimentación era parte del viaje turístico, para convertirse luego en la motivación principal del viaje, simultáneamente con el desarrollo del territorio, las cocinas regionales, las denominaciones de origen, las rutas gastronómicas y la consolidación de los destinos gastronómicos. Este artículo estudia esas interrelaciones con el turismo gastronómico, abordándolas en tres partes. La primera trata sobre el origen y las distintas interpretaciones del término. La segunda examina sus interrelaciones con el territorio, adscribiéndolas a un origen geográfico y al desarrollo de las cocinas regionales. La tercera hace referencia a la metodología aplicada, especialmente a las técnicas de estudio del arte y triangulación, utilizadas para ordenar y categorizar la bibliografía revisada, 160 referencias, obtenida por investigación documental, con el uso de reconocidas bases de datos bibliográficos de Google Scholar y Scopus.

**PALABRAS CLAVE:** turismo gastronómico; territorio, ruta turística; cocina regional

### Resumo

O turismo gastronômico é uma forma de turismo criada entre o final do século XX e o início do século XXI. No passado, a comida fazia parte da viagem turística, mas depois se tornou a principal motivação da viagem, simultaneamente ao desenvolvimento do território, das cozinhas regionais, das denominações de origem, das rotas gastronômicas e da consolidação dos destinos gastronômicos. Este artigo estuda essas inter-relações com o turismo gastronômico, abordando-as em três partes. A primeira trata da origem e das diferentes interpretações do termo. A segunda examina suas inter-relações com o território, atribuindo-as a uma origem geográfica e ao desenvolvimento de cozinhas regionais. A terceira refere-se à metodologia aplicada, especialmente às técnicas de estudo de arte e triangulação, usadas para ordenar e categorizar a bibliografia revisada, 160 referências, obtidas por pesquisa documental, com o uso de bancos de dados bibliográficos reconhecidos do Google Scholar e Scopus.

**PALAVRAS-CHAVE:** turismo gastronômico; território; ruta turística; cocina regional.

### Abstract

Gastronomic tourism has become a tourism modality created between the end of the 20th century and the beginning of the 21st. Before, food was part of the tourist trip, then it becomes the main motivation for the trip, along with the development of the territory, regional cuisine, designations of origin, gastronomic routes and gastronomic destination. This article studies these interrelationships, addressing them in three parts. The first deals with the origin and the different interpretations of the term. The second examines its interrelationships with the territory, ascribing them to a geographical origin and the development of regional cuisines. The third refers to the applied methodology, and especially to the art study and triangulations techniques, used to organize and categorize the extensive bibliography reviewed, which includes some 160 references obtained by the documentary research technique, by bibliographic databases Scopus and Google Scholar.

**KEYWORDS:** gastronomic tourism; territory; tourist route; regional cuisine.

## 1. Introducción

Hasta hace poco tiempo casi no se disponía de referencias documentadas sobre turismo gastronómico. Es decir, sobre una modalidad de turismo que describe el desplazamiento de los turistas a ciertas regiones que gozan de reconocimiento por la calidad de su cocina y de sus productos locales. Esos productos están, muchas veces, protegidos por denominaciones de origen, que dan constancia de su excepcional calidad y singularidad vinculada de manera estrecha al territorio donde se producen, conocido por lo general como *terruño* (o *'terroir'*), y de su valoración como una manifestación importante del patrimonio cultural intangible de una comunidad.

Una de las definiciones pioneras del turismo gastronómico fue la formulada por Hall *et al.* (2003) en la que señala que los turistas se desplazan para disfrutar de una rica experiencia gastronómica y para conocer más sobre los productos de la tierra y sus productores. Mak *et al.* (2012) estimaron que el suministro de alimentos representaba cerca de un tercio del total del gasto de los turistas hacia 2010. No obstante, las perspectivas cambiaron con la pandemia del Covid'19 y sus secuelas (UN-CEPAL, 2020). Hasta la primera década del siglo XXI, el viaje turístico consistía en un desplazamiento de un turista desde su residencia para pernoctar al menos una noche con el fin de conocer un atractivo natural o cultural, participando de ese conocimiento la mayoría de las veces de una manera pasiva y contemplativa, para satisfacer una curiosidad de *'conocer'* o *'saber'* más sobre ese atractivo, y entrar en contacto con otras culturas distintas a la suya.

Las motivaciones de los turistas han cambiado en el curso del tiempo. Ahora el turista, en especial el turista internacional, quiere participar en una experiencia más directa y enriquecedora, en la cual pueda actuar como una parte protagonista, activa, sumergiéndose en el corazón mismo de la cultura visitada. Uno de los elementos marcadores de la identidad cultural de una comunidad es su régimen alimentario, que forma parte del patrimonio cultural de un pueblo.

El acto culinario es decir, la cocina, los saberes culinarios que comporta y el simbolismo asociado a los alimentos y a la manera de consumirlos,

constituye un testimonio de su manera particular de aprehender el mundo exterior, reflejado en los alimentos, y de insertarse en él, a través de las sensaciones organolépticas y de sus significados (Fischler 1995).

Este artículo se divide en tres partes. La primera da cuenta del origen de la denominación de turismo gastronómico, su significado y sus interrelaciones con otras actividades que lo complementan, tales como la ruta gastronómica y el destino gastronómico. La segunda aborda la cuestión de la evolución del concepto, examinando sus diversas interpretaciones y la búsqueda de precisiones asociándolo a dos elementos de gran importancia en la apreciación actual de la calidad de un producto. Uno es el conjunto de indicadores de protección geográfica que dan fe del reconocimiento de un producto singular y de su vinculación estrecha con las características particulares de su origen geográfico, representado por un *terruño* (o *'terroir'*) determinado. Ese hecho, que lo vincula a un origen geográfico, y a un ecosistema y a una cultura, ofrece al consumidor una cierta garantía de la calidad y la tradición de un producto en la manera de producirlo, distribuirlo y procesarlo, y de su vinculación con las costumbres y usos de una comunidad determinada durante un largo período.

El otro elemento estudia la vinculación del producto con las cocinas regionales y sus ofiциantes, y su relación con las diferentes tendencias gastronómicas que emplean el producto para mostrar una experiencia organoléptica enriquecedora y memorable. Ese hecho se ha convertido en una modalidad turística que tiene un enorme potencial de desarrollo, habida cuenta de su elevado ritmo de crecimiento en lo que va del siglo XXI (WTTC, 2015), aunque resentido por el efecto negativo de la pandemia (UN-CEPAL 2020). La tercera parte, la que da sentido a esta revisión bibliográfica sobre un término en particular, corresponde a una amplia investigación documental relacionada con el concepto, que aspira a orientar nuevas búsquedas de investigadores interesados en hacer contribuciones más avanzadas sobre el tema.

## 2. Metodología

Este artículo de revisión examina el contenido de una extensa bibliografía, compuesta por 160 referencias relacionadas con el concepto de turismo gastronómico. Aborda, específicamente, tres aspectos. El primero trata sobre el origen y su caracterización como una modalidad de actividad turística con derecho propio. El segundo se refiere a la cuestión de la evolución del concepto, en el que la gastronomía se comporta como el eje articular del turismo con el territorio, en particular con la geografía y la ecología, y sus relaciones con el desarrollo de la cocina regional, desde la perspectiva del desarrollo sustentable. En el tercer aspecto se intenta categorizar la bibliografía sobre el turismo gastronómico y sus diversas interrelaciones con algunos conceptos complementarios, como ruta gastronómica, destino gastronómico y cocina regional.

La revisión bibliográfica de artículos científicos, libros y capítulos de libros, trabajos de grado e

informes técnicos y otras publicaciones, comprendió el examen del contenido de 160 publicaciones (TABLA 1), mayormente de artículos científicos (111, equivalentes a 69,4 por ciento del total). La información se obtuvo utilizando motores de búsqueda reconocidos (Scopus y Google Académico). Para examinar los contenidos del turismo gastronómico con sus interrelaciones, se aplicó la técnica de 'estado del arte', una útil herramienta para revisar la situación actual del conocimiento en un área (Molina y Montoya, 2005; Guevara Patiño, 2016), para hacer un balance de la producción científica publicada entre 1999, cuando aparecen los primeros artículos sobre turismo gastronómico, y el año 2023. El propósito de tan amplia revisión fue el de crear un escenario que pudiera ayudar a los investigadores y a los estudiantes de turismo y de gastronomía para una mayor comprensión de los alcances del concepto de turismo gastronómico (Hjalagar y Corigliano, 2000).

TABLA 1. Número de referencias de citas en la bibliografía final, clasificada por conceptos

CONCEPTO	NÚMERO	%	PERÍODO 2018-2023	PERIODO ANTERIOR AL 2018
Artículos	111	69,4	10	101
Libros y Capítulos	35	21,9	2	33
Trabajos de grado	5	3,1	1	4
Otros	9	5,6	1	8
<b>TOTAL</b>	<b>160</b>	<b>100</b>	<b>14</b>	<b>146</b>

Para encontrar elementos comunes en una revisión tan extensa, se aplicó la técnica de la triangulación, que facilita, con el empleo de los métodos cuantitativo y cualitativo, la recolección de información sobre un concepto, el turismo gastronómico, con el fin de validar la congruencia del mismo fenómeno a través de diferentes aportes en el tiempo, y estudiar las interrelaciones existentes para lograr una mejor comprensión del fenómeno estudiado (Alain, 1999; Decrop, 1999; Olsen, 2004; Rodríguez, 2005; Hernández Rojas,

2015; Leal Londoño, 2015). De esta manera, llegamos al establecimiento de cinco bloques de búsqueda: 1) Estudios que vinculan a la alimentación con el turismo. 2) Estudios que contribuyen a la definición del concepto de turismo gastronómico. 3) Estudios que explican la evolución del concepto. 4) Estudios que tratan sobre las interrelaciones del turismo gastronómico. 5) Estudios que realizan otras revisiones sobre la literatura relacionada con el turismo.

### 3. Desarrollo del tema

#### 3.1 Primera parte: aparece el turismo gastronómico y luego se define como una modalidad con entidad propia

La definición clásica de turismo gastronómico, y una de las pioneras en ese campo, es obra de Hall *et al.* (2003). Estos autores observaron que los turistas se desplazaban, con frecuencia a largas

Distancias, motivados por otros razones distintas a las del simple conocimiento de un atractivo natural o cultural. Buscaban experiencias más profundas con los lugares visitados, y querían involucrarse más profundamente con su cultura, y en particular con los productos de la tierra y los productores. Entonces, la comida formaba parte del viaje, pero no lo motivaba. Se comía como parte del *tour*, como sucedía con la actividad del alojamiento (Telfer y Wall, 1996). En cierto momento, las cosas cambiaron, y la comida se convirtió en el elemento principal, esencial, motivador del viaje.

Ese cambio empezó a producirse tímidamente, a partir de mediados del siglo XX, cuando se desarrolló en algunos países como Francia un periodismo gastronómico, que mostraba lo que se hacía en las cocinas regionales, y lo que valía la pena conocer y degustar. En el siglo XIX se habían desarrollado algunas cocinas regionales francesas, como las de Lyon, Marsella o París, pero poco se sabía de ellas. Hasta que empezaron a ser conocidas y valoradas debido a la confluencia de tres factores. Uno fue el nacimiento de las guías gastronómicas, que, al principio, fueron exclusivamente guías de carreteras, como la Guía Michelin, que comenzó en 1900. Pero que, a partir de 1920, empezó a mencionar los buenos restaurantes que había en las rutas, clasificándolos con un sistema de hasta tres estrellas, haciendo la observación de que un restaurante de tres estrellas tenía una cocina y un cocinero excepcional, que ameritaba el viaje para visitarlo. El segundo factor que promovió a las cocinas regionales, y que empezó a fundar el turismo gastronómico, fue el nacimiento del periodismo gastronómico, que mostraba las virtudes de una buena cocina fuera de París. Uno de los pioneros en esa actividad fue Maurice Edmond Sailland (1872-1956) que, con el alias de Curnonsky, promovió las cocinas regionales de Francia en sus escritos periodísticos en diarios, revistas y libros.

De manera paralela, se reconocía a los productos regionales de calidad con los derechos de propiedad, que asociaba el producto a un origen geográfico, vinculándolo al clima, al suelo y a una tradición. El establecimiento de indicaciones de protección geográfica, en especial con las denominaciones de origen de los productos excepcionales, fue un factor clave en el proceso. Esa distinción de un producto de acuerdo con su origen geográfico existía desde tiempos inmemoriales, aplicada a vinos y licores, quesos y aceites. Sin embargo, las denominaciones de origen se empezaron a establecer legalmente en Francia a partir de 1870. Luego, su aplicación se generalizó desde el siglo XX (Errazúriz Tortorelli, 2010). Algunos autores como Brunori y Rossi (2000) habían escrito sobre la creciente importancia que tenía la gastronomía en los viajes turísticos, pero no hablaban abiertamente de una nueva modalidad turística.

Más tarde vinieron otros investigadores que fueron acunando el término y definiendo sus principales características. Entre ellos figuran Richards (2002), Hjalager y Richards (2002), Boniface (2002), Hall *et al.* (2003), Long (2003), Cohen y Avieli (2004), y Fagliari (2005). Con sus contribuciones nació la modalidad de turismo gastronómico como una categoría que mostraba la convergencia de una diversidad de factores. Se viajaba a las regiones para conocer viñedos y visitar las bodegas vinícolas y degustar vinos de calidad, pero el viaje estaba, al principio, desconectado de las cocinas y de los cocineros regionales.

El motivo principal del viaje era el vino, el aceite o el queso, concediendo relevancia al producto y a su arraigo a un 'terroir' y a una tradición local. Y no inicialmente a la cocina, aunque la alimentación era parte imprescindible del viaje (¡es una necesidad alimentarse!), pero no era la motivación principal. Y el turismo de viaje al campo se asociaba más bien con el enoturismo (Elías Pastor, 2006; Lignon Darmaillac, 2009; López Guzmán, 2010; Millán y Morales, 2012; Millán Vázquez de la Torre, 2012; López Guzmán *et al.*, 2013). O con el oleoturismo (Guerra *et al.*, 2006; Díaz Armas 2008; Millán Vázquez de la Torre y Aguado Gutiérrez 2010, 2011a; Andreu y Verdú, 2012), o con el turismo rural (Crouch y Ritchie, 1999; Enright y Newton, 2004;

Getz y Brown, 2006; Craciolici y Njkamp, 2008; López Guzmán y García Rodríguez, 2013). O con el turismo cultural (Richards, 2002; Roden, 2003; Kivela y Crotts, 2006; Moltz, 2007; Mascarenhas y Gándara, 2010). Y así siguió siendo, sin casi cambios, durante varios años en países distintos a Francia, donde surgió la modalidad, como en España (Molleivi Bartolo y Fusté Forné, 2016).

El turismo gastronómico no solo se alimentó de la buena cocina regional, sino también de los acontecimientos ligados a ella: la calidad de los alimentos, la promoción de las ferias alimentarias, de los mercados tradicionales, la especialización de los cocineros y de los productores y artesanos.

Por eso Hall *et al.* (2003) definieron al turismo gastronómico como el desplazamiento de turistas a regiones gastronómicas, interesados en conocer lugares de producción y distribución y procesamiento, conversar con los productores y artesanos, participar en festivales y ferias alimentarias. El turista gastronómico establece de esta manera una relación estrecha con la tierra, la historia del producto y los productores (Petrini, 2001; Fields, 2002; Scarpato, 2002; Antonioli Carigliano, 2002; Quan y Wang, 2004; Pietrini, 2007; Tramontin y Goncalves, 2010; Buiatti, 2011; López Guzmán y Sánchez Cañizares, 2012; Hall y Gosling, 2013; Di Clemente *et al.*, 2014). En cualquier caso, la relación entre el turismo gastronómico y la cocina regional es clave (Canoves *et al.*, 2005; Alonso y Northcote, 2010; Suna y Álvarez, 2021). Si las cocinas regionales no alcanzan un alto nivel, y no muestran una personalidad o estilo reconocible, y no se basan sobre un *corpus* culinario atractivo y variado, y no se vale de cocineros destacados, ingredientes de calidad y de una infraestructura apropiada para la degustación (López Guzmán y Margarida Jesús, 2011), el turismo gastronómico difícilmente prosperará o lo hará lentamente.

El turismo gastronómico es, no obstante, una modalidad turística que va más allá de la buena comida, y tiene efectos sobre la sociedad y la economía locales (Tresserras *et al.*, 2007; Morillo Moreno, 2011). Muchos lo ven como un instrumento para promocionar la cultura local y la identidad cultural (Sims, 2009; Smith y Costello, 2009; De Esteban *et al.*, 2015), o como un mecanismo para salvaguardar la cocina tradicional

local (Roden, 2003; Qan y Wang, 2004; Armesto y Gómez, 2004; Vinha, 2004; Vielli y Girard, 2006; Stewart *et al.*, 2008; Millán y Agudo, 2010; Getz *et al.*, 2014), o como una ocasión propicia para salvaguardar la sostenibilidad ambiental del territorio (Oliveira, 2008; Everett y Atchinson, 2008; Henderson, 2009; Bonnin, 2011; Millán *et al.*, 2014; LI *et al.*, 2021).

Investigaciones realizadas por Mitchell *et al.* (2012) y Charters y Ali Knight (2012) proponen la clasificación del turista en cuatro tipos: **a)** el turismo amante de la naturaleza, altamente motivado por el viaje gastronómico y una excelente formación en la materia gastronómica; **b)** el turista bastante motivado en el tema, con una mediana educación relacionada; **c)** el turista que tiene interés en la gastronomía, pero que viaja combinando motivaciones gastronómicas con otros intereses relacionados con diversos atractivos del sector turístico, tal como la observación de los bienes relevantes de la naturaleza y de la historia; **d)** el turista iniciado en la gastronomía, que ha hecho alguna incursión gastronómica y tenido alguna experiencia gastronómica, estimulado por la publicidad.

Hjalager (2002), por su parte, distingue cuatro etapas en el desarrollo del turismo gastronómico: **1)** el desarrollo primitivo, en la que hay una escasa comunicación entre los actores, y a los que es necesario conectarlos para que empiecen a promoverlo; **2)** el desarrollo horizontal, en el que se mejora la calidad del producto, agregándole valor con los certificados de calidad; **3)** el desarrollo vertical, en el que la gastronomía se convierte en el elemento principal en la motivación del viaje. En esta etapa se agregan las rutas turísticas, los festivales y los museos alimentarios y otros tipos de eventos gastronómicos; **4)** el desarrollo diagonal, en el que se transfieren recursos de conocimiento y de capacidades innovadoras, para crear clústeres de conocimiento y el necesario *know-how* y conceptos y técnicas de las áreas de alimentación, gastronomía y educación culinaria (Menasche y Gomensoro, 2007).

El turismo gastronómico está relacionado de manera estrecha con los conceptos de ruta gastronómica y de destino gastronómico. Una ruta turística se define como un conjunto de productos

turísticos de una zona geográfica delimitada (Gándara, 2003), o como una amalgama de productos derivados de la tierra, en conjunción con servicios turísticos (McKercher, 2005). Por su naturaleza, puede complementar un destino gastronómico, aunque se puede prescindir de ella.

Un ejemplo es el Perú, que ha desarrollado su prestigio internacional como destino gastronómico sin contar con una ruta gastronómica en particular. Los *tours* gastronómicos comenzaron a desarrollarse en Lima desde 2008, como una consecuencia del crecimiento del turismo gastronómico peruano, y no como un factor impulsor. No obstante, en el caso peruano, la feria gastronómica Mistura, una de las más grandes y conocidas de América Latina, que ha logrado reunir más de 500.000 visitantes durante varios días, si ha actuado como un factor promotor y difusor del boom de la cocina peruana (Lauer, 2012).

En realidad, el turismo gastronómico presenta, en su funcionamiento, numerosas interacciones con otros sectores económicos, como, por ejemplo, la agricultura, la pesca, el hotelaría, la educación, el transporte, etc., creando sinergias que lo fortalecen (Lauer, 2012; Hernández Rojas, 2015). Al principio, el turismo gastronómico se nutrió de la asociación de productos como el vino y la viticultura, para promocionar las regiones productoras de vino con *tours* gastronómicos. Pero luego, esa asociación vino-turismo se fue afinando con la incorporación de las cocinas regionales, usando el vino, u otro producto protegido por denominación de origen, como el producto estrella para atraer inicialmente a los visitantes (Ignatov y Smith, 2006). O, de la mano con la cocina regional, lo aprovechó para fortalecer una ruta y justificar el viaje del turista a un determinado lugar. O lo usó como un medio para proporcionar al turista una experiencia memorable, completa y enriquecedora desde el punto de vista de la cultura regional (es decir producto-cocina-cultura), con la participación del turista en ferias, festivales, charlas, talleres, museos asociados a la tradición, encuentros de cata y degustación (Quan y Wang, 2004; Espeitx, 2004).

En algunos casos, los organizadores de la ruta emplearon a los productores como los transmisores directos de su experiencia productiva y cultural, intentando recrear una historia local del producto

(Riley, 2005; Schuler y Thiel, 2008; Mollevi Bartoló y Fusté Forné, 2016). Dependiendo de la riqueza de la biodiversidad y de la autenticidad de los atractivos, algunas rutas alcanzaron notables ventajas competitivas, actuando la ruta como un clúster que organizaba eficientemente diversas actividades para actuar en el mercado de una manera competitiva (Jaramillo Panesso, 2003; Briednhann y Wickens, 2003; Elías y Tuma, 2009; Lordache *et al.*, 2010; Mancildo *et al.*, 2010).

El destino gastronómico resulta, por su parte, de la materialización de la convergencia de muchos factores que van promoviendo una marca país o región ligada con el hecho alimentario, en particular con el desarrollo de las cocinas regionales. Un destino tiene la propiedad de articular los recursos turísticos regionales para convertirse en el centro del movimiento turístico (Vaalls, 2004). Tal como ha sucedido con muchos países de Asia o en Europa Central y del Norte, como informan muchas investigaciones. En Asia, por ejemplo, Au y Law, 2002; Cohen y Avieli, 2004; Okumos *et al.*, 2007; McKercher *et al.*, 2008. O en Croacia (Fox, 2007) y en Finlandia (Tikkanen, 2007). Así también en América Latina, en especial, México, Argentina (Schulter, 2003), Colombia (Prieto y Triana Valiente, 2019); Chile (Ascanio, 2008, 2009 y 2010), Brasil (Vinha, 2004).

En la península Ibérica, donde el turismo gastronómico fue una modalidad de inicio relativamente tardía en relación con Francia, hay una explosión de investigaciones relacionadas, que ilustra sobre el gran interés que existe por el estudio de las cocinas regionales como un factor impulsor del turismo gastronómico, en particular en España (Feo Parrondo, 2005; Pereiro y Prado Conde, 2005; Clemente Ricolfe *et al.*, 2008), sin olvidar a Portugal (Oliveira, 2007). De tal manera que el turismo gastronómico se nutrió para crecer, en sus inicios, de la asociación con productos ligados a la tradición cultural regional, como el vino, y a la viticultura como actividad, que gozaban de la protección de una denominación de origen geográfico (Du Rand *et al.*, 2003; Ávila Barrado, 2005; Fernández y Guzmán Ramos, 2007).

### 3.2 Segunda parte: la gastronomía como eje articulador del turismo con la geografía, el territorio y la cultura regional, desde una perspectiva de desarrollo sostenible

La gastronomía es una práctica social que articula la geografía con la cultura gracias a dos elementos principales: el desarrollo de las cocinas regionales y el impulso generado por el establecimiento de indicaciones de protección geográfica en un territorio determinado.

El papel jugado por las cocinas regionales es determinante en este proceso. Ellas actúan como un medio para transmitir saberes ancestrales ligados a una historia asociada a un territorio (Folgado Fernández *et al.*, 2017a; Folgado Fernández *et al.*, 2017b). A través de las cocinas regionales se enlaza el territorio con los patrimonios culturales y la vida de las comunidades locales. Uno de los propósitos de esta relación es reforzar la identidad cultural local. Otro es el de crear alternativas económicas que permitan dinamizar la economía local, estimulando el desarrollo del turismo. En este caso, del turismo gastronómico.

Las cocinas regionales van más allá del quehacer culinario que se materializa con un corpus culinario o recetario de cocina, pues reflejan la representación concreta de un territorio que se expresa, de un lado, por su biodiversidad, y, por el otro, por una cultura, y que se caracteriza por hábitos alimentarios, maneras en la mesa, comportamientos sociales, estilos de vida (Dall'Ara, 2010; Ortega *et al.*, 2012; Di Clemente *et al.*, 2014). En la práctica, los ingredientes alimentarios transformados en la cocina local provienen de la actividad cumplida por productores locales en el entorno inmediato. Esos ingredientes son objeto de una tradición que los ha transmitido de una generación a la otra y son portadores de historias locales de sus orígenes y de su evolución (Petrini, 2001, 2007; Roden, 2003; Espeitx, 2004, 2007; Ramírez, 2011).

En la medida en que se desarrolla la cocina regional, y se va reconociendo socialmente la identificación de la calidad de sus productos con las bondades naturales (clima, suelo) de un territorio determinado, se van definiendo las relaciones de identidades imaginarias entre un producto y su origen geográfico (o terruño), y se

crean las condiciones para el establecimiento de algunos de los sistemas de protección de esos productos, que corresponden generalmente a bebidas alcohólicas como vinos, champaña, tequilla o mezcal; quesos, como roquefort o manchego; y aceites comestibles, como aceite de oliva. Los indicadores de protección geográficas, bien sean denominaciones de origen protegidos (DOP) o indicadores geográficos protegidos (IGP), son signos empleados para visibilizar un producto de calidad excepcional ligado estrechamente a un origen geográfico y a un contenido cultural e histórico, que establece un derecho de propiedad intelectual reconocidos por tratados internacionales (O'Connor y Murphy, 2004; Menasche y Gomensoro, 2007; Berard *et al.*, 2008; Leclert 2007; Errazúriz Tortorelli, 2010; Nocifora *et al.*, 2011; De Sousa, 2015; Hernández López, 2018; Martín Moral, 2021).

Esa combinación de conceptos como cocinas regionales, indicadores de protección geográfica y las manifestaciones populares y religiosas, que implican la celebración de comidas festivas, ceremoniales o conmemorativas, representa un fuerte estímulo para el desarrollo del turismo gastronómico (Chacón, 2021). Y sobre todo si esa acción se asocia con alguna ruta gastronómica.

El resultado, aparte de que activa las fuerzas económicas locales, estimula el desarrollo local sostenible de las zonas agrícolas, generalmente deprimidas, contribuye a mantener el paisaje cultural, a preservar la biodiversidad, a reforzar la trazabilidad del producto y ayuda a posicionar el territorio (Scheffer y Piriou, 2009; Bessiere *et al.*, 2013). Ese efecto combinado agrega un notable plus de valor a la cultura y a la economía de la región. Los turistas se aproximan más directamente al entorno, al territorio, a la geografía y la historia locales, consumiendo, además, artesanía local, disminuyendo la dependencia que la región tiene con respecto a la estacionalidad de sus productos tradicionales, diversificando la oferta de productos, y creando nuevos ingresos y puestos de trabajo (Martínez Ruiz y Jiménez Zarco, 2006; Millán Vázquez de la Torre y Morales Fernández, 2010; UNWTO, 2012; Jeambey, 2016).

### 3.3 Tercera parte: revisión de literatura sobre el tema del turismo gastronómico y sus interrelaciones

Uno de los objetivos de este artículo de revisión sobre el origen y evolución del concepto de turismo gastronómico fue, tras la contextualización del concepto principal, y la mención de sus interrelaciones más directas, la de intentar clasificar y categorizar el objeto del estudio, tomando en cuenta subtemas relacionados con el turismo gastronómico, como son la ruta gastronómica, el destino gastronómico, la cocina regional, la denominación de origen y de otras indicaciones geográficas de protección de los productos regionales.

Nuestro objetivo fue la categorización, de manera general, de la literatura existente sobre el turismo gastronómico y sus interrelaciones, tomando en cuenta cinco bloques de búsqueda. Una parte de esa bibliografía ya la hemos utilizado en la introducción. Ahora presentaremos una pequeña muestra representativa de cada uno de los bloques propuestos.

- a) Los estudios que vinculan a la alimentación con el turismo. Se trata de estudios mayormente teóricos que discuten la relación existente entre el turismo y la alimentación como la motivación principal del viaje, que crea una modalidad particular de turismo: el turismo gastronómico. Entre ellos sobresalen los aportes de Bessiere, 1998; Saramago, 2002; Hall *et al.*, 2003; Long, 2003; Kozak, 2003; Riley, 2005; Ignatov y Smith, 2006; Bessiere, 2006; Poulain, 2007; Santos y Leal, 2012; Malazon, 2012; Bessiere *et al.*, 2013; Hall y Gosling, 2013; Mancera y Valencia, 2020).
- b) Los estudios que son pioneros en la definición del concepto de turismo gastronómico y su establecimiento como modalidad de turismo. En esta parte son importantes las contribuciones de Hall *et al.*, 2000; Hjalager y Corigliano, 2000; Hjalager, 2000 y 2003; Hall y Sharples, 2003; Torres, 2003; Hall *et al.*, 2008; Khatri, 2019.
- c) Los estudios que explican como el turismo gastronómico pasó de ser una modalidad turística de alcance limitado para convertirse en un fenómeno universal con un acelerado ritmo de crecimiento. Entre ellos destacan los trabajos

de Brunori y Rossi, 2000; Enright y Newton, 2004; Nogués, 2007; Di Clemente *et al.*, 2013; Robinson y Getz, 2014; Sariago, 2015; Sandoval Guerrero, 2022.

- d) Los estudios que tratan sobre las interrelaciones del turismo gastronómico con los conceptos de ruta turística, destino gastronómico, denominaciones de origen y cocina regional. En esta sección existe una numerosa bibliografía, de la cual seleccionamos solo una muestra de la literatura relacionada: Bernard y Domínguez, 2001; O'Connor y Murphy, 2004; Blanco y Riveros, 2004; Reyes y Barrado, 2005; Mitchell y Hall, 2006; Stewart, *et al.*, 2008; Errázuriz Tortorelli, 2010; Millán y Agudo, 2010; Hernández Dancausa y López, 2014; Bellini *et al.*, 2018; Wan y Choisis, 2020.
- e) Los estudios que han elaborado revisiones de literatura sobre el tema del turismo en general, un poco parecidos a la nuestra que está dedicada a la revisión de los estudios sobre el turismo gastronómico. Esas revisiones han servido de guía en nuestra búsqueda. En este caso, fueron muy útiles las revisiones de O'Connor y Murphy, 2004; López Guzmán *et al.*, 2013; Hernández Rojas, 2015; Knott Gil, 2016; Hernández Rojas y Dancausa Millán, 2014; Ellis *et al.*, 2018. Otras revisiones informan sobre ciertos comportamientos alimentarios de los turistas, en particular sobre la satisfacción de los turistas (Malazón, 2012) y Mancera Valencia (2020), y de las conductas de los consumidores catalogados como *foodies*. Es el caso de Robinson, *et al.* (2014); Richards (2002, 2015) y Yosukmaz *et al.* (2017).

### 4. Conclusiones

La bibliografía relacionada con el concepto de turismo gastronómico y sus interrelaciones es extensa, pero muy desigual, desatendiendo el examen de los casos prácticos en la región de América Latina y el Caribe. En algunos aspectos, tal como lo muestra esta revisión bibliográfica, las debilidades de la investigación son notorias, como el que trata sobre el comportamiento de los turistas y los estudios sobre rutas gastronómicas y destinos gastronómicos en América Latina y el Caribe.

La relativa falta de abordaje del tema del turismo gastronómico, o de algunos de los subtemas interrelacionados, es notoria en el caso de los países de América Latina y del Caribe. Allí casi no aparece el tema referenciado en los estudios regionales de turismo, salvo notables excepciones en algunos países como México, Brasil, Argentina, Perú y Colombia. Ese hecho quizás sea consecuencia del escaso desarrollo y promoción de las cocinas regionales en la región. Una gran parte de los estudios sobre el tema aquí consignados hacen referencia a otros países de mayor desarrollo turístico, como España.

Esa escasa atención concedida a los estudios sobre el turismo gastronómico no es deseable, sobre todo teniendo en cuenta que la mayoría de los países de América Latina y del Caribe dependen económicamente en gran parte de la actividad turística, tales como México, República Dominicana, Costa Rica, Perú, Colombia, Ecuador, e incluso Brasil, que están apostando por el turismo como una de las opciones principales para promover su crecimiento económico. Algunos de esos países, como Ecuador y Venezuela, se encuentran entre los que cuentan con la mayor biodiversidad en el planeta y disponen, en consecuencia, de una rica y variada despensa alimentaria, que puede ser la base para establecer una vigorosa cocina regional. Pero en la práctica no es así. El precario desarrollo de sus cocinas regionales, y su escasa difusión internacional, no reflejan el óptimo aprovechamiento de las ventajas competitivas que poseen esos países para competir en los mercados internacionales del turismo gastronómico.

Los países latinoamericanos y caribeños disponen de una gran dotación de atractivos naturales y culturales, y deberían desarrollar

diversos programas de turismo internacional, como es el caso de Venezuela, Colombia y Ecuador, pero antes tienen que realizar acciones para desarrollar su cocinas regionales, valorizando sus territorios con una activa participación de las comunidades locales, para convertir al turismo gastronómico y sus interrelaciones en un auténtico instrumento de desarrollo, dentro del marco del desarrollo sostenible.

La principal despensa para el desarrollo del turismo gastronómico es una rica biodiversidad, de la que disponen varios países suramericanos, clasificados como los de mayor biodiversidad. Sin embargo, esa ventaja reflejada en su rico patrimonio biológico no ha sido plenamente utilizada en la cocina ni aprovechada para promover fines turísticos. Así mismo, resulta infravalorada también la riquísima diversidad cultural, que acoge, en su diversidad de culturas, variados estilos culinarios regionales, que reflejan una vigorosa fusión o mestizaje de gastronomías europeas, asiáticas y africanas, con las gastronomía autóctonas.

El examen de los diversos bloques de búsqueda de esta revisión indicó que hay pocos estudios regionales que relacionen el turismo gastronómico con el territorio y la geografía locales, o con el patrimonio y la identidad cultural, o que traten sobre las grandes posibilidades existentes para definir indicaciones geográficas de protección para los productos tradicionales de América Latina y el Caribe. Se carece también de investigaciones que vinculen al turismo gastronómico con las cocinas regionales populares y sus contribuciones al empoderamiento y al aumento del bienestar de las deprimidas comunidades locales.

## 5. Referencias citadas

ALAIN, D. 1999. "Triangulation in qualitative tourism research". *Tourism Management*, 20(1): 157-161.

ALONSO, A. D. & J. NORTHCOTE. 2010. "The development of olive tourism in western Australia: A case study of an emerging industry". *International of Tourism Research*, 12: 696-708.

ANDRE GUERRERO, R. y A. I. VERDÚ. 2012. "Turismo enológico en Alicante: La ruta del vino en el municipio de Pinoso". *Cuadernos de Turismo* (30): 35-61.

- ANTONIOLI CARIGLIANO, R. 2002. "The route of quality: Italian gastronomy networks in operations". In: A. J. HJALAGER & G. RICHARDS (Eds.), *Tourism and Gastronomy*, pp. 166-185. Routledge. London, UK.
- ARMESTO LÓPEZ, X. A. y B. GÓMEZ MARTÍN. 2004. "Productos alimentarios de calidad, turismo y desarrollo local: el caso del Priorat". *Cuadernos Geográficos*, 34: 83-94.
- ASCANIO, A. 2010. "El objeto del turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes?". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(4): 633-641.
- ASCANIO, A. 2009. "Rutas gastronómicas chilenas: una aproximación al tema". *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2): 321-325.
- ASCANIO, A. 2008. "Competencia turística y Estrategias: la coherencia entre modelos". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(1): 117-120.
- AU, N. & R. LAW. 2002. "Categorical classification of tourism dining". *Annals of Tourism Research*, 29(3): 819-833.
- ÁVILA, R. y A. BARRADO. 2005. "Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión". *Cuadernos de Turismo*, 15: 27-43.
- BELLINI, N.; CLERGEAU, C. & O. ETCHEVERRIA. 2018. *Gastronomy and local development. The quality of products, places and experiences*. Routledge. London.
- BÉRARD, I.; MARCHANAY, P. & F. CARABIANCA. 2008. Savoirs, terroirs, produits: un patrimoine biologique et culturel. *Actes du Colloque International de restitution des travaux de recherche sur les indications et appellation d'origine géographique*. Paris, France. (17-18 Novembre).
- BERNARD, A. y P. DOMÍNGUEZ. 2001. "Rutas de arte y gastronomía: una propuesta inexplorada". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 10(1-2): 79-90.
- BESSIERE, J. 2006. "Manger ailleurs, manger local". *Revue Espaces*, 242: 16-21.
- BESSIERE, J. 1998. "Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas". *Sociologia Rurales*, 38(1): 21-34.
- BESSIERE, J.; POULAIN, J. P. & L. TIBERE. 2013. L'alimentation au Coeur du voyage: le role du tourisme dans la valorisation des patrimoines alimentaires locaux. *Espaces, Tourisme et Loisirs. Actes du Colloque ASTRES*, Paris, France.
- BLANCO, M. y H. RIVEROS. 2004. Las rutas alimentarias, una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la industria del queso Turrialba (Costa Rica). *Congreso Agroindustria Rural y Territorio*, ARTE. Toluca, estado de México (1-4 dic).
- BONIFACE, P. 2003. *Tasting tourism: Travelling for food and drink*. Ashgate Publishing Limited. Routledge, London, UK.

- BONNIN, L. 2011. "Racontar en territoire a partir d'une production locale: l'exemple de la Tome dans le PNR de Beuges". *Espaces, Tourisme et Loisirs*, 109.
- BRIEDENHANN, J. & E. WICKENS. 2003. "Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream?". *Tourism Management*, 25: 71-79.
- BRUNORI, G. & A. ROSSI. 2000. "Synergy and coherence through collective action: Some insights from wine routes in Tuscany". *Sociologia Ruralis*, 40(44): 409-423.
- BUIATTI, S. 2011. "Food and tourism: the role of the slow association". In: L. SIDALI: A. SPILLER & B. SCHULZE (Eds.), *Food, Agri-culture and Tourism, Linking local gastronomy and rural tourism: Interdisciplinary Perspectives*. Springer. Berlín, Alemania.
- CANOVES, G.; HERRERA, L. y L. CUESTA. 2005. "Turismo rural en Cataluña: condicionantes de la oferta y la demanda". *Investigaciones Geográficas*, 37: 5-26.
- CHARTERS, S. y ALI-KNIGHT. 2012. "Who is the wine tourist?". *Tourism Management*, 23(3): 311-319.
- CLEMENTE RICOLE, J. S.; ROIG MERINO, B.; VALENCIA MARZO, S.; RABADÁN FERRANDIS, M. T. y C. MARTÍNEZ RODRÍGUEZ. 2008. "Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación del mercado". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2): 189-198.
- COHEN, E. & N. AVIELY. 2004. "Food and Tourism: attraction and impediment". *Annals of Tourism Research*, 31(4): 755-778.
- CRACOLICI, M. F. & P. NIJKAMP, P. 2008. "The attractiveness and competitiveness of tourist destination. A study of Southern Italian regions". *Tourism Management*, 30: 336-344.
- CROUGH, G. I. & J. R. RITCHIE. 1999. "Tourism, competitiveness, and societal prosperity". *Journal of Business Research*, 44: 137-152.
- DALL'ARA, G. 2010. *Manuale dell'albergo diffuso;: l'idea, la gestione, il marketing dell'ospitalité diffuse*. Franco Angeli. Milano, Italia.
- DECROP, A. 1999. "Triangulation in qualitative tourism research". *Tourism Management*, 20(1): 157-161.
- DE ESTEBAN, J; SÁNCHEZ, V. E. y V. A. ANTONOVICA. 2015. "Turismo gastronómico y ecológico". En: J. de ESTEBAN; B. RODRÍGUEZ; A. ANTONOVICA y C. MERCADO. *Turismo gastronómico ¿Transferencias de técnicas del turismo cultural y del turismo sensorial?*, 89-104. España.
- DE SOUSA B. A. L. 2015. "Denominación de origen en Brasil. Situación actual". *Revista Rivar*, 2(5): 1-21.
- DÍAZ ARMAS, R. J. 2008. "Potencialidad e integración del "turismo el vino" en un destino de sol y playa: el caso de Tenerife". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2): 199-212.
- DI CLEMENTE, E.; HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, J. M. y T. LÓPEZ GUZMÁN. 2014. "La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DFO para Extremadura". *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura*. Monografía Educación Extra-No. 9: 817-833.

- DU RAND, G. E.; HEATH, E. & N. ALBERTS. 2003. "The rol of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis". *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14(3-4): 97-112.
- ELÍAS, S. R. y C. M. TUMA. 2009. "Turismo y teoría de clústers. Las potencialidades de la localidad de Monte Hermoso". *Aportes y Transferencias*, 13(1): 67-92.
- ELÍAS PASTOR, L. V. 2006) *El turismo del vino, otra experiencia de ocio*. Bilbao. Editorial Deusto. España.
- ELLIS, A.; KIM, S. & I. YEOMAN. 2018. "What's is food tourism?". *Tourism Management*, 68: 250-263.
- ENRIGHT, M. J. & J. NEWTON. 2004. "Tourism destination competitiveness: A quantitative approach". *Tourism Management*, 25(6): 777-788.
- ERRÁZURIS TORTORELLI, C. 2010. "Indicaciones geográficas y denominaciones de origen. Propiedad intelectual en progreso". *Revista Chilena de Derecho*, 37(2): 207-239.
- ESPEITX, E. 2007. "Los espacios turísticos del patrimonio alimentario". En: J. TRESSERRAS y F. MEDINA (Eds.), *Patrimonio gastronómico y patrimonio cultural en el Mediterráneo*, pp 153-174. IBERTUR Publications. Barcelona, España.
- ESPEITX, E. 2004. "Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2): 193-213.
- EVERETT, S. & C. AITCHISON. 2008. "The role of food tourism in sustaining regional identity A case study of Cornwall, Southwest England". *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2): 150-167.
- FAGLIARI, G. 2005. *Turismo e Alimentação. Análises. Introdutórias*. Editora Roca. Brasil.
- FEO PARRONDO, F. 2005. "Turismo gastronómico en Asturias". *Cuadernos de Turismo*, 15: 77-96.
- FERNÁNDEZ, G. y A. GUZMÁN RAMOS. 2007. "Enoturismo en la región Uva y Vino. Brasil". *Estudios y Perspectivas de Turismo*, 16(2): 133-149.
- FIELDS, K. 2002. "Demand for the gastronomy tourism product. Motivational factors". In: A. M. HALAGER & G. RICHARDS. *Tourism and Gastronomy*, pp. 36-5. Routledge. London, UK.
- FISCHLER, C. 1995. *El (H)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*. Anagrama. Barcelona, España.
- FOLGADO FERNÁNDEZ, J. A.; HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, J. M. & P. DUARTE. 2017a. "Destination image and loyalty development: The impacts of tourists food experiences at gastronomic events". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(1): 92-110.
- FOLGADO FERNÁNDEZ, J. A.; PALOS SÁNCHEZ, P. R.; CAMPÓN CERRO, A. M. y J. M. HERNÁNDEZ MOGOLLÓN. 2017b. "Productos gastronómicos con identidad y desarrollo del destino turístico. Un estudio sobre rutas del queso en España". *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1): 93-109.

- FOX, R. 2007. "Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destination". *International Journal of Hospitality Management*, 26: 546-559.
- FUSTÉ FORNÉ, F. 2016. " El queso como recurso turístico para el desarrollo regional: le Vall de Boi como caso de estudio". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1): 243-251.
- FUSTÉ FORNÉ, F. 2015. " El turismo gastronómico: autenticitat i desenvolupament local en zones rurals". *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(2): 289-304.
- GANDARA, J. 2003. Hoteles sostenibles para destinos sostenibles. La calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad. *Simposio Internacional de Turismo y Ocio*. ESADE.
- GETZ, D. & G. BROWN. 2006. "Critical success factors for wine tourism regions: A demand analysis". *Tourism Management*, 27(1): 146-158.
- GETZ, D.; ROBINSON, R. N. S.; ANDERSSON, T. & S. VUJICIC. 2014. *Foodies and food tourism*. Goodfellow Publishers. Oxford, UK.
- GUERRA, I. R.; MORENO, V. M. y V. M. M. LÓPEZ. 2014. "El oleoturismo como atractivo turístico en el medio rural español". *Papers de Turisme*, 49-50: 89-103.
- GUEVARA PATIÑO, R. 2016. "El estado del arte en la investigación. ¿Análisis de los conocimientos acumulados o indagación por nuevos sentidos?". *Revista Folios* (en línea), 44: 165-179.
- HALL, C. M. & S. GOSLING (Eds.). 2016. *Food tourism and regional development: Networks, products and trajectories*. Routledge. London, UK.
- HALL, C. M. & GOSLING, S. (Eds). 2013. *Sustainable Culinary Systems. Local food, Innovation, Tourism and Hospitality*. Routledge. London, UK.
- HALL, C. M.; SHARPLES, I.; CAMBOURNE B. & N. MACIONIS. 2000. *Wine tourism around the world: Development, management and market*. Elsevier. Oxford, UK.
- HALL, C. M.; SHARPLES, I.; MITCHELL, R.; MACIONIS, N. & B. CAMBOURNE. 2003. *Food tourism around the world*. Butterworth-Heinemann. Oxford, UK.
- HENDERSON, J. C. 2009. "Food Tourism reviewed". *British Food Journal*, 111(4): 317-326.
- HERNÁNDEZ ROJAS, R. 2015. *Gestión y planificación de rutas turísticas gastronómicas: Estudio de caso en la provincia de Córdoba*. Universidad de Córdoba. Argentina. Tesis doctoral.
- HERNÁNDEZ-ROJAS, R. D.; DANCAUSA, M. G. y L. C. LÓPEZ. 2014. "Análisis geográfico del impacto de las denominaciones de origen e indicadores geográficos protegidos: creación de rutas gastronómicas y su impacto económico". *Internacional Journal of Scientific Management of Tourism*, 1: 47-64.
- HERNÁNDEZ LÓPEZ, J. J. 2018. Los mezcales mexicanos: la importancia de su protección como patrimonio social. *ILHA*, 20(2): 179-205.

- HERNÁNDEZ RAMÍREZ, J. 2011. "Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios e itinerarios culturales". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2): 225-236.
- HJALAGER, A. M. 2003. What do tourists eat and why? Toward a sociology of gastronomy and tourism. *Paper in ATLAS Experts Meeting, Sandrino (Italy)*, (21-23 november, 2002).
- HJALAGER, A. M. 2002. "A typology of gastronomic tourism". En: A. M. HJALAGER & G. RICHARDS (Eds.), *Tourism and gastronomy*. Routledge. London, UK.
- HJALAGER, A.M. & M. CORIGLIANO. 2000. "Food for tourists. Determinants of an image". *International of Tourism Journal of Tourism Research*, 2(4): 281-293.
- IGNATOV, E. & S. SMITH. 2006. "Segmenting Canadian Culinary Tourists". *Current Issues in Tourism*, 9(3): 235-255.
- IORDACHE, C.; CIOCHINA, I. & M. ASANDEI. 2010. "Clusters tourism activity increase competitiveness support". *Theoretical and Applied Economics*, 17(5): 99-112.
- JARAMILLO PANESSO, R. 2003. "Apuntes para los clústers turísticos". *Turismo y Sociedad*, 2: 35-46.
- JEAMBEY, Z. 2016. "Rutas gastronómicas y desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(5): 1.187-1.198.
- KIVELA, J. & J. C. CROTTS. 2006. "Tourism and Gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination". *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3): 354-377.
- KNOTT GIL, M. 2016. *El turismo gastronómico en España: Análisis web por provincias*. Universitat de Girona. Facultat de Turisme. Tesis de Maestría.
- KOZAK, M. 2003. "Measuring tourist satisfaction with multiple destination attributes". *Tourism Analysis*, 7: 229-269.
- LAUER, M. 2012. *La olla de cristal. Mirando el futuro de la cocina peruana*. Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú.
- LEAL LONDOÑO, M. del P. 2015. "Estrategias de promoción gastronómica asociadas al turismo en áreas geográficamente marginadas. Un análisis comparativo entre Cataluña y Escocia". *Via Tourism Review*, 8.
- LECLERT L. 2007. *Who benefits from the "denominación de origen" Tequila?* Thesis. International Master in Master of Rural Development. Wageningen University. Netherland.
- LI, X.; HANG KONG, W. & F. X. YANG. 2021. "Authentic food experiences bring us back to the past: an investigation of a local food night market". *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 38(3): 233-246.
- LIGNON DARMAILLAC, S. 2009. *L'oenoturisme en France. Nouvelle valorization des vinogbles. Analyse et bilan*. Éditions Feret. Bordeaux, France.

- LONG, I. 2003. *Culinary Tourism*. University of Kentucky Press. Lexington, USA.
- LÓPEZ GUZMÁN, T.; RODRÍGUEZ GARCÍA, J.; SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. & M. J. LUJÁN GARCÍA. 2010. "The development wine tourism in Spain". *International Journal of Wine Business Research*, 23(4): 374-386.
- LÓPEZ GUZMÁN, T.; RODRÍGUEZ GARCÍA, J. y A. VIEIRA RODRÍGUEZ. 2013. "Revisión de la literatura científica sobre enoturismo en España". *Cuadernos de Turismo*, 32: 171-188.
- LÓPEZ GUZMÁN T. y M. MARGARIDA JESÚS. 2011. Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. *Book of Proceedings. Vol. I. International Conference on Tourism & Management Studies*. Algarve, Portugal.
- LÓPEZ GUZMÁN, T. y S. SÁNCHEZ CAÑIZARES. 2012. "La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5): 575-584.
- MAK, A. H. N.; LUMBERS, M. & A. EVES. 2012. "Globalization and food consumption in tourism". *Annals of Tourism Research*, 39(1): 171-196.
- MALAZÓN, E. 2012. "Gastronomía y Turismo de Masas: La satisfacción de los turistas en la alimentación que reciben en Benidorm". *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 6: 122-141.
- MANCERA VALENCIA, F. J. 2020. "Patrimonio cultural gastronómico: consideraciones teóricas". *ECOTONOS. Diversidad*, 18: 26-39.
- MANCILDO, F. M.; REJANE, P. N. y L. M. SEGRE. 2010. "¿Cuál es el papel del turismo en el desarrollo local? Un análisis crítico del clúster turístico de Santa Teresa, R. J. Brasil". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(5): 812-834.
- MARTÍNEZ RUIZ, M. P. y A. I. JIMÉNEZ ZARCO. 2006. *La potenciación del origen en las estrategias de marketing de productos agroalimentarios. Objetivos, situación e implicaciones*. Boletín Económico de la ICE. 2880. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Madrid, España.
- MARTÍN MORAL, F. 2021. *Las denominaciones de origen y los indicadores geográficos de protección del sector agroalimentario en Castilla y León: el caso del vino de Ribera del Duero y el lechazo de Castilla y León*. Universidad de Valladolid, España. Tesis de Grado.
- MASCARENHAS TRAMONTIN, R. C. y J. M. GANDARA GONCALVES. 2010. "Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(5): 776-791.
- McKERCHER, B. 2005. "Destination as product: A reflection on buttlér's life cycle". *Tourism Recreation Research*, 30(4): 97-102.
- McKERCHER, B.; OKUMUS, F. & B. OKUMUS, B. 2008. "Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers!" *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25(2): 137-148.

- MENASCHE, R. e P. GOMENSORO. 2007. *Escolhas alimentarias.: o lugar da cultura. Caso alimentação e cultura*. REDCAPA. Porto Alegre, Brasil.
- MILLÁN, G. y E. MORALES. 2012. "Denominación de origen protegido (DOP) y turismo gastronómico: Una relación simbiótica en Andalucía". *Gran Tour. Revista de Investigaciones Turísticas*, 6: 101-121.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. y E. M. AGUADO GUTIÉRREZ. 2010. "El turismo gastronómico y las denominaciones de origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1): 91-112.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. y E. M. AGUDO GUTIÉRREZ. 2010a. *El oleoturismo como nota de desarrollo*. Disponible en: [https:// www.scielo.org.ar/scilophp?pd-s1515-5994201000014&script-sa\\_rtttext](https://www.scielo.org.ar/scilophp?pd-s1515-5994201000014&script-sa_rtttext). [Consulta: enero, 2022].
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. 2012 "Las denominaciones de origen y las rutas del vino en España. Un estudio de caso. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 5(1): 41-66.
- MITCHELL, R.; CHARTERS, S. & J. N. ALBRECHT. 2012. "Cultural Systems and the Wine Products". *Annals and Tourism Research*, 39(1): 311-335. Disponible en: [Doi: 10.1016/j.annals.2011.05.02](https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.02).
- MITCHELL, R. & C. M. HALL 2006. "Wine tourism research: The state of play". *Tourism Review International*, 9(4): 307-332.
- MOLINA MONTOYA, N. P. 2005. "¿Qué es el estado del arte?". *Ciencia y Tecnología para la salud visual y ocular*, 3(5): 73-75.
- MOLLEVI BARTOLÓ, G. y F. FUSTÉ FORNÉ. 2016. "El turismo gastronómico, rutas turísticas y productos locales: el caso del vino y el queso en Cataluña". *Geographicalia*, 68: 25-47.
- MOLZ, J. G. 2007. "Eating difference: The cosmopolitan mobility of culinary tourism". *Space and Culture*, (1): 77-93.
- MORILLO MORENO, M. C. 2011. *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. Visión General*. 1. Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela.
- NOCIFORA, E.; DE SALVO, P. & V. CALZATI. 2011. *Territori lenti, e turismo di qualità*. Franco Angeli. Milano, Italia.
- NACIONES UNIDAS / CEPAL. 2020. *Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de COVID-19 sobre el turismo en América Latina y el Caribe: aplicación de la metodología para la evaluación de desastres (DaLA)*. Santiago de Chile
- NOGUÉS, A. 2007. "From the inside to inside: A new development model in tourism environments". *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 4(1): 75-87.

- OKUMUS, B.; OKUMUS, F. & B. MCKERCHER. 2007. "Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destination: the cases of Hong Kong and Turkey". *Tourism Management*, 28: 253-261.
- OLIVEIRA, S. 2007. "La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(3): 261-282.
- OLSEN, W. 2004. "Triangulation in social research. Qualitative and quantitative methods can really be mixed". En: M. HOLBORN, ORMSKIRK (ed.), *Development in Sociology*. Causeway Press. UK.
- ORTEGA F. J.; SÁNCHEZ M. y J. M. HERNÁNDEZ. 2012. *La gastronomía "de alta gama, de lujo o de calidad" como eje potenciador del turismo cultural y de sensaciones en Extremadura*. Fundación Caja Extremadura. Cáceres, España.
- PEREIRO, X. y S. PRADO CONDE. 2005. "Turismo e oferta gastronómica na comarca de Ulloz (Galiza): Análise de uma experiencia de desenvolvimento local". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3(1): 109-123.
- PETRINI, C. 2007. *Bueno, limpio y justo: principios de una nueva gastronomía*. Polifemo. Madrid, España.
- PETRINI, C. 2001. *Slow Food: The case of taste*. Columbia University Press. New York, USA.
- POULAIN, J. 2007. "Los patrimonios gastronómicos y sus valoraciones turísticas". En: J. TRESSERRAS; F. X. MEDINA (Eds.), *Patrimonio gastronómico y patrimonio cultural en el Mediterráneo*. Ibertur. Barcelona, España.
- PRIETO, M. F. y M. F. TRIANA VALIENTE. 2019. "Las rutas gastronómicas en el departamento del Meta. Una propuesta de sustentabilidad turística". *Turismo y Sociedad*, 25: 169-194.
- QUAN, S. & N. WANG. 2004. "Towards a structural model of tourist experience: an illustration from food experiences in tourism". *Tourism Management*, 3: 297-305.
- REYES, R. y D. BARRADO. 2005. "Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turístico.: marcos conceptuales y operativos para la planificación y gestión". *Cuadernos de Turismo*, 15: 27-43.
- RICHARDS G. 2015. "Evolving gastronomic experiences: From food to foodies to foodscapes". *Journal of Gastronomy and Tourism*, 1(1): 5-17.
- RICHARDS, G. 2002. "Gastronomy: An essential in tourism production and consumption". In: A. M. HJALAGER & G. RICHARDS (Eds.), *Tourism and Gastronomy*, pp. 3-20. Routledge. London, UK.
- RILEY, M. .2005. "Food and beverage management. A review of change". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(1): 88-93.
- ROBINSON, P. & D. GETZ. 2014. "Profiling potencial food tourists: An australian study". *British Food Journal*, 116(4): 690-706.

- ROBINSON, R.; ANDERSSON, T. & S. VUJICIC. 2014. *Foodies and food tourism*. Goodfellow Publishers. Boston, USA.
- RODEN, C. 2003. "Local food and culture". *Local Food & Tourism International Conference*. OMT (Eds.), pp. 9-14. Madrid, España.
- SÁNCHEZ CAÑIZARES S & T. LÓPEZ GUZMÁN. 2011. "Gastronomy as a tourism resource profile of the culinary tourist". *Current Issues in Tourism*, 3: 229-245.
- SANDOVAL GUERRERO, L. K. 2022. "Patrimonio cultural. Una alternativa para la dinamización de la economía: estudio del caso Ecuador". *Revista de Investigación SIGMA*, 9(1): 73-84.
- SANTOS, K. y R. LEAL. 2012. Cooperativa de doces Santa Salud: a tradicao gerano renda. *I Seminário sobre alimentos y manifestações culturais tradicionais*, pp. 1-10. Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão. Brasil. (21-23 maio).
- SARAMAGO, A. 2002. "¿Gastronomia, patrimônio cultural?". En: *Com os olhos no futuro. Reflexões sobre o Turismo em Portugal*. ICEP. 15-21. Lisboa, Portugal.
- SARIEGO, I. 2015. "Las rutas del pisco como elementos turísticos representativos de la cultura peruana". *International Journal of Scientific Management and Tourism*, (1): 167-192.
- SCARPATO, R. 2002. "Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies". In: A. H. HJALAGER & G. RICHARDS (Eds.), *Tourism and gastronomy*, pp. 51-70. Routledge. London, UK.
- SCHOFFER, S. et J. PIRIOU. 2009. *La "gastronomie" dans le promotion d'une destination touristique: de l'image aux lieux de pratiques. Analyse comparé de la Normandie et la Bretagne*. Programme de Recherche Pour et Sur le Developpment Régional dans le Grand Ouest. Disponible en: [http://connates.inra.fr/psdr/liproco/R46\\_scheffer\\_piriou\\_2009.pdf](http://connates.inra.fr/psdr/liproco/R46_scheffer_piriou_2009.pdf).
- SCHLUTER, R. G. 2003. *Turismo y patrimonio gastronómico. Una perspectiva*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET). Buenos Aires, Argentina.
- SCHULER, R. y D. THIEL. 2008. "Gastronomía y turismo en Argentina. Polo gastronómico Thomas Jofré". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2). Número especial.
- SIMS, R. 2009. "Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience". *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3): 321-336.
- SMITH, S. & C. COSTELLO. 2009. "Segmenting visitors to a culinary event: motivation, travel behaviors, and expenditures". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(1): 44-67.
- STEWART, J. X.; BRAMBLE, L. & D. ZIRALDO. 2008. "Key challenges in wine and culinary tourism with practical recommendations". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(3): 302-312.

- SUNA, B. & M. D. ÁLVAREZ. 2021. "The role of gastronomy in shaping the destination's brand identity: an empirical analysis, based on stakeholders's opinion". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(6): 738-758.
- TELFER, D. & G. WALL. 1996. "Linkages between tourism and food production". *Annals of Tourism Research*, 23(3): 635-653.
- TIKKANEN, I. 2007. "Maslow's hierarchy and food tourists in Finland: five cases". *British Food Journal*, 109(9): 721-734.
- TORRES, E. 2003. "Del turista que se alimenta al turista que busca comida". En: LACANAU y NORRILD, *Gastronomía y Turismo. Cultura en el plato*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET). Buenos Aires, Argentina.
- TRAMONTIN, R. y J. M GONCALVES. 2010. "Producción y transformación territorial, la gastronomía como atractivo turístico". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19: 776-791.
- TRESSERRAS, J.; MEDINA, X. y J. C. MATAMALA. 2007. "El patrimonio gastronómico como recurso de las políticas culturales y turísticas en España: el caso de Cataluña". In: J. TRESSERRAS y X. MEDINA (Eds.), *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. IBERTUR. Barcelona, España.
- UNWTO. 2012. *Global Report and Food Tourism*. Madrid, España.
- VALLS, J. F. 2004. *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Gestión 2000.com. Madrid, España.
- VIEILLE, K. et J-M. GIRARD. 2006. "Le tourisme redécouvre les vertus de terroir et de la bonne chere". In: *Espaces, Tourisme et Loisirs*, 242/2006. Publications Espaces. Paris, France.
- VINHA, I. 2004. *Gastronomia. Atracção turística primaria (Estudo do caso os "domingos gastronómicos")*. Universidade de Aveiro, Portugal. Teses de Licenciatura.
- WAN Y. K. P. & S-H. CHOIS. 2020. "Food tourists and food image in a creative city of gastronomy in Macao, China". *Journal of China Tourism Research*, 18(3): 1-21.
- WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL (WTTC). 2015. *Travel and Tourism: Economic Impact 2015*. WTTC. London, UK.
- WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL (WTTC). 1993. *Travel and Tourism: A new economic perspective*. Brussels. Bélgica.
- YOZUKMAZ N.; BEKAR A. & B. KILIC B. 2017. "A conceptual review of 'foodies' in tourism". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4): 170-179.

---

Lugar y fecha de finalización del artículo:  
Portoviejo, provincia de Manabí, Ecuador; julio, 2023