



COLEGIO DE POSTGRADUADOS
INSTITUCION DE ENSEÑANZA E INVESTIGACION EN CIENCIAS AGRÍCOLAS

CAMPUS CÓRDOBA
MAESTRÍA EN PAISAJE Y TURISMO RURAL

**LA COCINA TRADICIONAL EN EL TURISMO EN
MÉXICO**

ALEJANDRO RUIZ TAPIA

TESINA

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL
PARA OBTENER EL GRADO DE

MAESTRO PROFESIONALIZANTE

AMATLÁN DE LOS REYES, VERACRUZ, MÉXICO

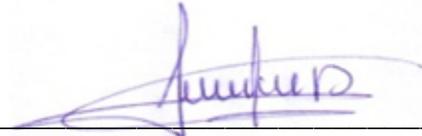
Mayo de 2022

La presente tesis, titulada: **La cocina tradicional en el turismo en México**, realizada por el alumno: **Alejandro Ruiz Tapia**, bajo la dirección del Consejo Particular indicado, ha sido aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

MAESTRO PROFESIONALIZANTE

PAISAJE Y TURISMO RURAL

CONSEJO PARTICULAR

CONSEJERA:  _____

DRA. DORA ANGÉLICA AVALOS DE LA CRUZ

ASESOR:  _____

M.C. CARLOS GILBERTO GARCÍA GARCÍA

ASESOR:  _____

DR. JOSÉ LÓPEZ COLLADO

ASESORA:  _____

DRA. ADRIANA MONTSERRAT PÉREZ SERRANO

Amatlán de los Reyes, Veracruz, México, a 06 mayo de 2022.

LA COCINA TRADICIONAL EN EL TURISMO EN MÉXICO

Alejandro Ruiz Tapia, M.P.

Colegio de Postgraduados, 2022.

RESUMEN

La cocina tradicional es un modelo cultural completo, reflejo de identidad, cultura, rituales y herencia de una sociedad que promueve de manera práctica, oral o escrita. En los últimos años, el turismo muestra un crecimiento constante a nivel mundial y un eje básico para realizar esta actividad son los alimentos. El objetivo fue valorar la cocina tradicional en el turismo en México para identificar su importancia en la diversificación de la oferta turística. Esta investigación se divide en dos fases, primero una revisión de artículos científicos del 2003 al 2021 sobre la temática en el mundo y su análisis con el software NVivo. Segundo, una entrevista de 16 reactivos a una muestra representativa de actores principales de la cocina tradicional en México, de una agenda de 104 actores se obtuvo una respuesta de 32 por sus limitantes de trabajo y acceso a medios de comunicación; también un cuestionario en la plataforma Google Forms de 17 reactivos, a través de las redes sociales con una respuesta de 814 personas interesados en la cocina tradicional. En la primera fase resalta la importancia de la cocina tradicional en el mundo para el turismo nacional e internacional que fortalece y beneficia a las comunidades y valorada en las últimas décadas; destacan países como China, Tailandia, México, Brasil, entre otros. Los interesados en la cocina tradicional muestran conocimiento de Estados como Oaxaca, Puebla, Yucatán, Veracruz y Michoacán, a través de ferias, muestras gastronómicas y cocinas tradicionales. Cada vez más la sociedad reconoce el trabajo de los actores de la cocina tradicional, cocineras tradicionales, chefs y académicos, y valora el consumir alimentos locales. La cocina mexicana tradicional es una de las más reconocidas a nivel mundial.

Palabras clave: alimentos locales, cocineras tradicionales, turismo agroalimentario, agroturismo, cocina local.

TRADITIONAL CUISINE IN TOURISM IN MEXICO

Alejandro Ruiz Tapia, M.P.

Colegio de Postgraduados, 2022.

ABSTRACT

Traditional cuisine is a complete cultural model, a reflection of the identity, culture, rituals and heritage of a society that it promotes in a practical, oral or written way. In recent years, tourism shows a constant growth worldwide and a basic axis to carry out this activity is food. The objective was to value the traditional cuisine in tourism in Mexico to identify its importance in the diversification of the tourist offer. This research is divided into two phases, first a review of scientific articles from 2003 to 2021 on the subject in the world and its analysis with the NVivo software. Second, an interview of 16 reagents to a representative sample of the main actors of traditional cuisine in Mexico, from an agenda of 104 actors, a response of 32 was obtained due to their work limitations and access to the media; also a questionnaire on the Google Forms platform of 17 reagents, through social networks with a response from 814 people interested in traditional cuisine. In the first phase, the importance of traditional cuisine in the world for national and international tourism that strengthens and benefits communities and valued in recent decades is highlighted; countries such as China, Thailand, Mexico, Brazil, among others, stand out. Those interested in traditional cuisine show knowledge of States such as Oaxaca, Puebla, Yucatán, Veracruz and Michoacán, through fairs, gastronomic samples and traditional kitchens. Society increasingly recognizes the work of traditional cuisine actors, traditional cooks, chefs and academics, and values consuming local food. Traditional Mexican cuisine is one of the most recognized worldwide.

Keywords: local foods, traditional cooks, agri-food tourism, agro-tourism, local cuisine.

DEDICATORIA

A Dios

A mis padres

Por su amor, por apoyarme en cada proyecto, por sus enseñanzas y por ser un ejemplo de vida y superación.

A mis hermanos

Por tantos momentos que hemos vivido, por entenderme y apoyarme en mis locuras, por estar para mí cuando los necesito y ser parte de mis sueños.

A Mariana González Torres

Por tu cariño, acompañarme tantos años de mi vida, motivarme a superarme día a día, aun cuando suelo ser difícil de convencer, pero sobre todo por creer en mí y estar conmigo, sabes muy bien que este logro también es tuyo.

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por el financiamiento otorgado para la realización de mis estudios de maestría.

Al Colegio de Postgraduados Campus Córdoba, por permitirme realizar mi investigación en sus instalaciones y por el financiamiento de este proyecto. También agradezco el apoyo de la LGAC-2: Desarrollo Territorial y Estudios Sociales del Paisaje Rural, del programa de Paisaje y Turismo Rural del Colegio de Postgraduados Campus Córdoba.

A mi consejera la Dra. Dora Angélica Avalos de la Cruz, y mi asesor M.C. Carlos Gilberto García García por su invaluable apoyo y toda la motivación brindada. Agradezco infinitamente su confianza, su buen humor y su paciencia para la realización de este proyecto.

A los miembros de mi Consejo Particular Dr. José López Collado, y Dra. Adriana Montserrat Pérez Serrano por sus observaciones y apoyo durante mi formación académica.

A los profesores del Colegio de Postgraduados Campus Córdoba por su apoyo, enseñanzas y motivaciones.

A los actores principales de cocina tradicional Dra. Laura Elena Corona, Dra. Sarah Bak-Geller, Dra. Griselda Tihui Campos, M.C. Sulema Vega, Lic. Irad Santacruz, Ing. Gerardo Vázquez, Lic. Aquiles Chávez, Lic. Betty Vázquez, Lic. Nidia Patricia Hernández, Lic. Lesternoon Sánchez, Lic. Salvador González, Lic.

Alondra Maldonado, Lic. Claudia Albertina Ruiz, Lic. Nelly Córdova, Lic. Roberto Buccio, investigadora gastronómica Maru Toledo, a las cocineras tradicionales Celia Florián, Rosalba Morales, Elvira Martínez, Juana Segovia, Martha Soledad Gómez, Patricia Acevedo, Porfiria Rodríguez, María de la Luz López, Ricarda Jiménez, Mayra Mariscal, Alma Carolina Núñez, Benedicta Alejo, María de Lourdes Camarena, Marcia Annel García, Victoria Contreras, Elisea Osorio. Por su gran apoyo y disposición al permitirme realizar mis entrevistas, por hacerme sentir en confianza, por todo el conocimiento que transmiten y cumplir mi sueño de conocerlas y conocerlos. Para todos mis respetos, admiración por su enorme trabajo y cariño.

A mis compañeras de generación por el tiempo compartido, amistad y buenos momentos.

CONTENIDO

| | |
|--|------|
| RESUMEN | iii |
| ABSTRACT | iv |
| AGRADECIMIENTOS | vi |
| CONTENIDO | viii |
| 1 INTRODUCCIÓN GENERAL | 1 |
| 2 JUSTIFICACIÓN | 6 |
| 3 OBJETIVOS | 6 |
| 3.1. Objetivo general | 6 |
| 3.2. Objetivos Específicos. | 6 |
| 4 HIPÓTESIS..... | 7 |
| 4.1 Mapa metodológico..... | 7 |
| LITERATURA CITADA..... | 8 |
| CAPÍTULO I. LA COCINA TRADICIONAL EN EL TURISMO..... | 11 |
| 1.1 La cocina tradicional en el turismo mundial..... | 11 |
| 1.2 Exponentes de cocina tradicional internacional..... | 17 |
| 1.3 Exponentes de cocina tradicional mexicana | 20 |
| 1.4 Reflexiones finales..... | 32 |
| LITERATURA CITADA..... | 34 |
| CAPÍTULO II. LA COCINA TRADICIONAL EN EL TURISMO EN MÉXICO | 39 |
| 2.1 Introducción | 39 |
| 2.2 Revisión de literatura | 41 |
| 2.3 Materiales y Métodos | 42 |
| 2.4 Resultados..... | 45 |

| | |
|-----------------------------|----|
| 2.5 Conclusiones | 52 |
| LITERATURA CITADA..... | 53 |
| CONCLUSIONES GENERALES..... | 55 |
| RECOMENDACIONES | 55 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Importancia del interés especial en la comida como motivación de viaje. | 2 |
| Figura 2. Llegadas y recursos que genera el turismo internacional..... | 4 |
| Figura 3. Mapa conceptual de proyecto de investigación | 5 |
| Figura 4. Mapa metodológico..... | 7 |
| Figura 6 Datos de Turismo en México..... | 17 |
| Figura 7. Mapa conceptual de turismo alimentario | 33 |

LISTA DE CUADROS

| | |
|--|----|
| Cuadro 1. Aportes a la relación cocina tradicional y turismo. | 24 |
| Cuadro 2. Actores principales de cocina tradicional mexicana entrevistados. | 47 |

1 INTRODUCCIÓN GENERAL

La cocina tradicional es un reflejo de identidad, cultura y herencia de una sociedad que promueve su continuidad por medio de la tradición oral a través de las generaciones y se recrea en los hogares, manteniendo el uso de técnicas e instrumentos y valoriza cada uno de los productos que se transforman en un platillo (Schluter y Thiel, 2008; Meléndez y Cañez, 2009; Reyes-May *et al.*, 2017; Troncoso, 2019).

La cocina tradicional es una actividad importante a nivel mundial, de la que se obtienen beneficios económicos, sociales, biológicos, culturales, entre otros. Esta actividad está fuertemente vinculada con el turismo, ya que la alimentación es imprescindible, permite el intercambio cultural entre visitantes y residentes al interactuar con las actividades de cultivo, cosecha, transformación de productos, elaboración y consumo de platillos locales (Hernández *et al.*, 2015).

La cocina tradicional se ha posicionado como parte integral del turismo (Figura 1), beneficiando las regiones al diversificar sus atractivos turísticos, generar valor agregado a sus alimentos locales y al fomentar los usos y costumbres (Oliveira, 2011; Hernández *et al.*, 2015; Araujo *et al.*, 2019; Ashok, 2019; Chauhan, 2020).

La cocina está presente como motivo de viaje. El grado de motivación permite clasificar al turista por sus intereses, resaltando que existe un número importante de turistas interesados en consumir alimentos locales. Derivado de esto, Blanco y Riveros (2011) consideran que integrar nuevos segmentos especializados al turismo, permite beneficiar comunidades en áreas rurales con actividades complementarias para generar ingresos económicos extra. Así, la cocina tradicional tiene efectos positivos en los visitantes al difundir la cultura, aumentar el conocimiento de los saberes tradicionales y fomentar el imaginario regional (Mascarenhas y Gândara, 2010), como se muestra en la figura 1.

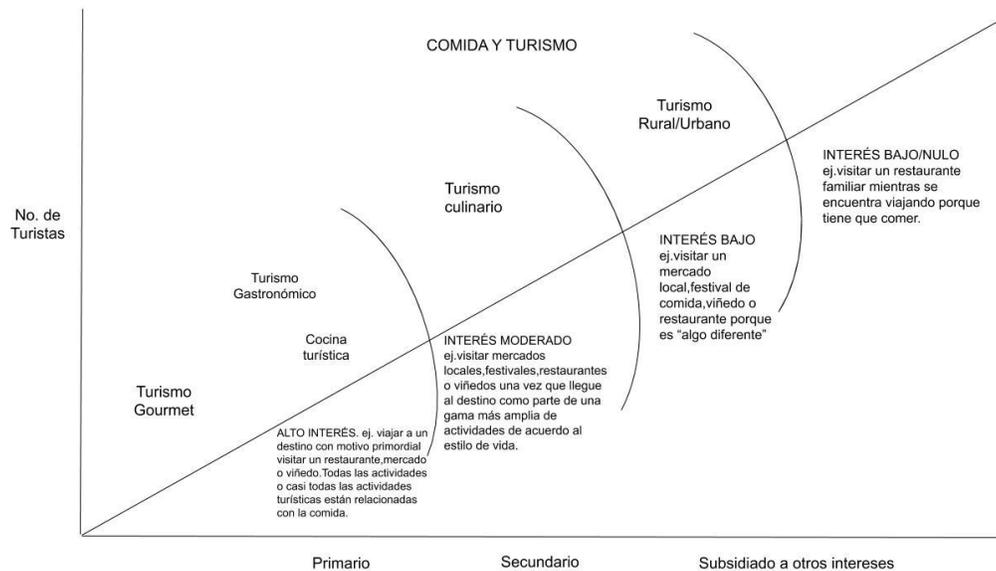


Figura 1. Interés en la comida como motivación de viaje (Hall *et al.*, 2003).

La cocina tradicional representa un territorio, cultura, naturaleza, un patrimonio de una sociedad y de sus prácticas alimentarias que genera una fórmula de comunicación (Fusté, 2016). En los años ochenta, la relación de los alimentos con el turismo generó interés en los investigadores, por evaluar y resaltar su importancia de como motivar a los países a enriquecer los destinos turísticos con nuevas experiencias, atrayendo excursionistas y turistas que viajan por conocer y consumir productos locales (Melgar, 2013; Falcón, 2014).

La relación alimentos-turismo, abre una puerta a diferentes países como Australia, Nueva Zelanda, Singapur, China, entre otros, para promocionar sus platillos y regiones, captando el interés del turista (Scarpato, 2002; Chang *et al.*, 2010). La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) ha reconocido la cocina tradicional como patrimonio inmaterial de la humanidad de Japón, Francia, Cocina mediterránea (Italia, España, Grecia), México, lo cual motiva a viajeros y turistas de conocer y consumir sus platillos.

Hall *et al.* (2003) resalta que los países fomentan la conservación y mantenimiento del patrimonio biocultural lo que permite el desarrollo social y económico de las

zonas rurales. Los diferentes proyectos buscan promover estrategias para valorizar los productos locales, desarrollando cadenas de valor en estos y fortaleciendo vínculos entre el sector agroalimentario y el turismo. Lo que permite que la cocina tradicional y el turismo de naturaleza se complementen (De Jesús-Contreras *et al.*, 2017).

Troncoso (2019) afirma que los alimentos tradicionales se valoran como fuente de salud y de seguridad alimentaria. La diversidad local de frutas y verduras silvestres con alto contenido en nutrientes y el bajo consumo de grasas animales, y las técnicas de cocción prehispánica, favorecen una alimentación saludable, lo que permite disminuir el costo y enfermedades como la obesidad y la diabetes.

El turismo genera impactos positivos en la economía del mundo, superior a la industria del petróleo, automotriz y electrónica, en países como Argentina, Tailandia, Egipto, Aruba, Malta, Brasil, entre otros. Convirtiéndose en una actividad generadora de negocios y desarrollo económico al aportar 10.3 % del Producto Interno Bruto (PIB) (Jafari, 2005; Moragues, 2006; Cassar *et al.*, 2017; Iberglobal, 2017). La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2020) reporta 1,749 millones de llegadas de turistas a nivel mundial en 2019, lo que representó un ingreso de 1,461 millones de dólares (Figura 2).

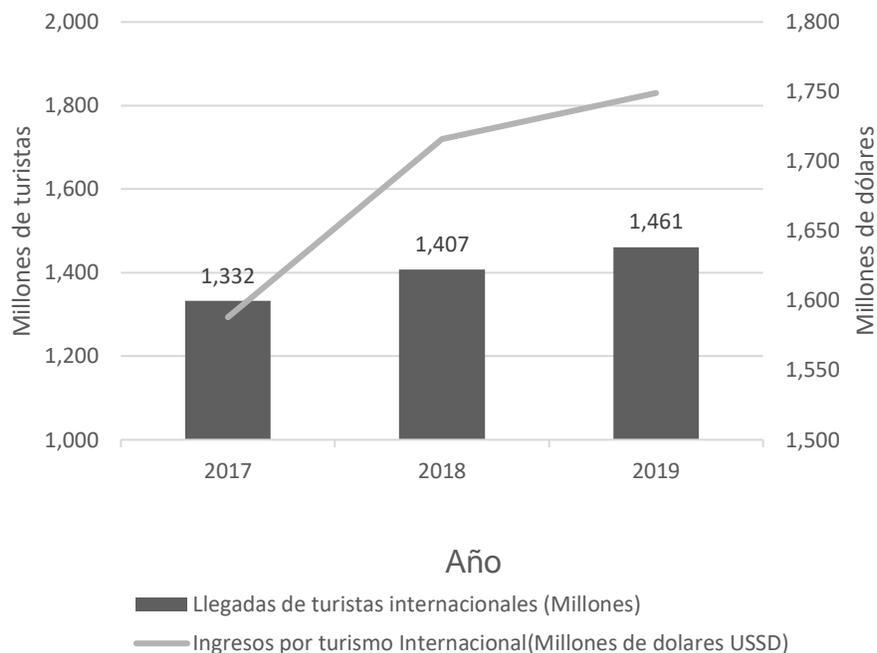


Figura 2. Llegadas y recursos que genera el turismo internacional (OMT, 2020).

En México, el turismo genera una derrama económica de 183 mil millones de pesos anuales y una llegada de visitas de extranjeros de 40.3 millones (SECTUR, 2019). Los alimentos y bebidas aportan 2 % del Producto Interno Bruto y contribuyen en la generación de cinco millones y medio de empleos directos e indirectos, en actividades como exposiciones, ferias, muestras gastronómicas, restaurantes, festivales, mercados tradicionales, rutas gastronómicas, entre otros (Figura 3) (Folgado *et al.*, 2011; López *et al.*, 2017).

En la siguiente figura se plantea el mapa metodológico de este trabajo de investigación aplicada.

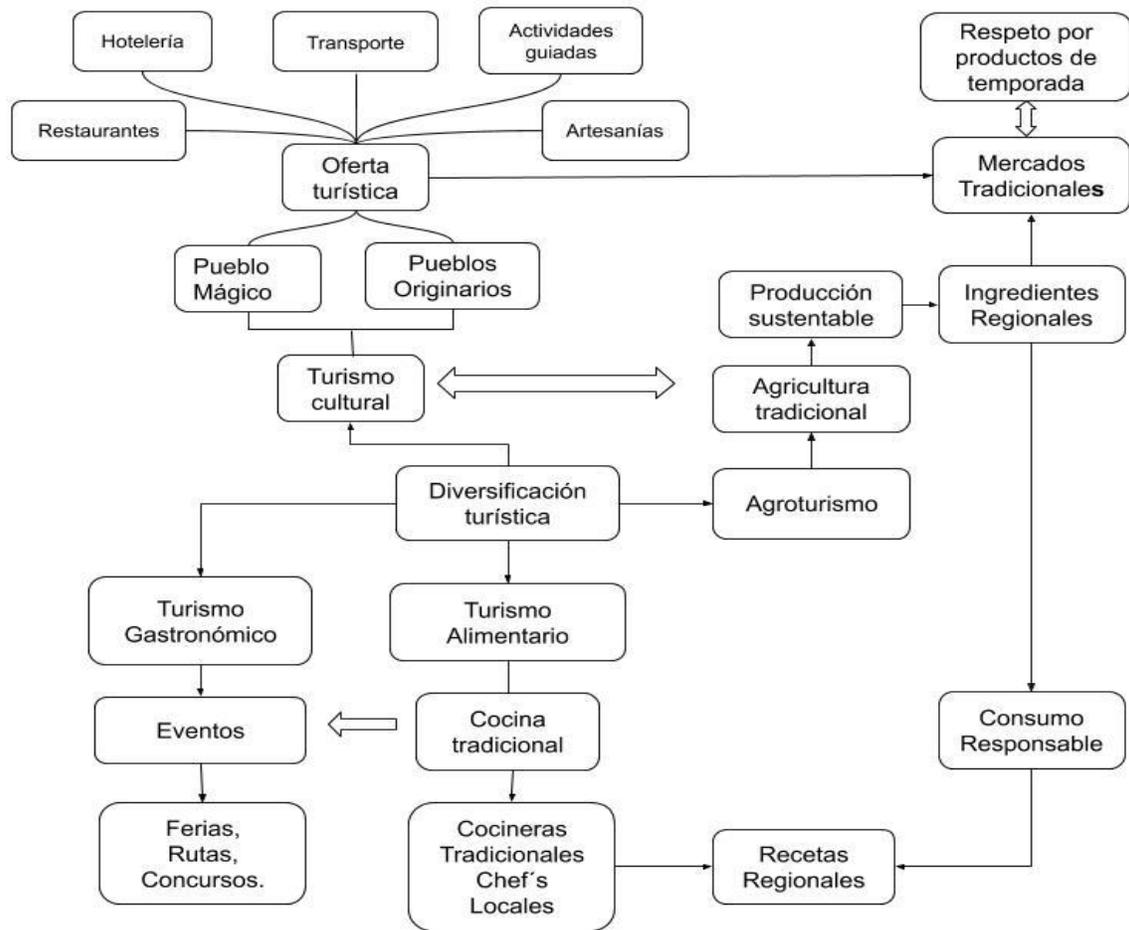


Figura 3. Mapa conceptual de este proyecto de investigación aplicada.

Con este trabajo se resalta la importancia de las cocinas tradicionales como factor de desarrollo del turismo, valorizando sus productos endémicos, sus comidas y sus procesos de elaboración. El manejo sustentable y el consumo de alimentos regionales, integrando a los pequeños productores con el comercio justo, satisfacer la demanda de un segmento de mercado especializado ávido de explorar esta propuesta gastronómica y cultural.

El objetivo de este trabajo de investigación aplicada es valorar la cocina tradicional en el turismo en México para diversificar la oferta turística regional y fortalecer la identidad cultural.

2 JUSTIFICACIÓN

En el mundo existe un crecimiento constante del turismo, situación que vincula el trabajo en el área de servicios y atrae beneficios importantes. En México, el desarrollo de la cocina tradicional ha sido paulatino y de manera general, sin embargo, existe una vasta diversidad de platillos locales, que despierta el interés de dar a conocer y difundir los saberes y sabores de cada región por medio de diferentes actividades. Esto permite diversificar el turismo motivado por vivir una nueva experiencia, valorizar los productos originarios e incrementar el desarrollo turístico.

3 OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Revisar y valorar la cocina tradicional en el turismo en México para identificar su importancia en la diversificación de la oferta turística.

3.2. Objetivos Específicos.

3.2.1 Construir el estado del arte de la cocina tradicional para identificar sus aportaciones al turismo en el mundo.

3.2.2 Valorar la cocina tradicional en el turismo para estimar su importancia en México.

4 HIPÓTESIS

La cocina tradicional fortalece la diversificación del turismo despertando el interés del turista por conocer nuevas experiencias, lo que motiva a nuevos usuarios a visitar países y conocer sus proyectos.

Hipótesis específicas

- La cocina tradicional contribuye al fomento del turismo en el mundo
- La cocina tradicional es un atractivo para el turista

4.1 Mapa metodológico

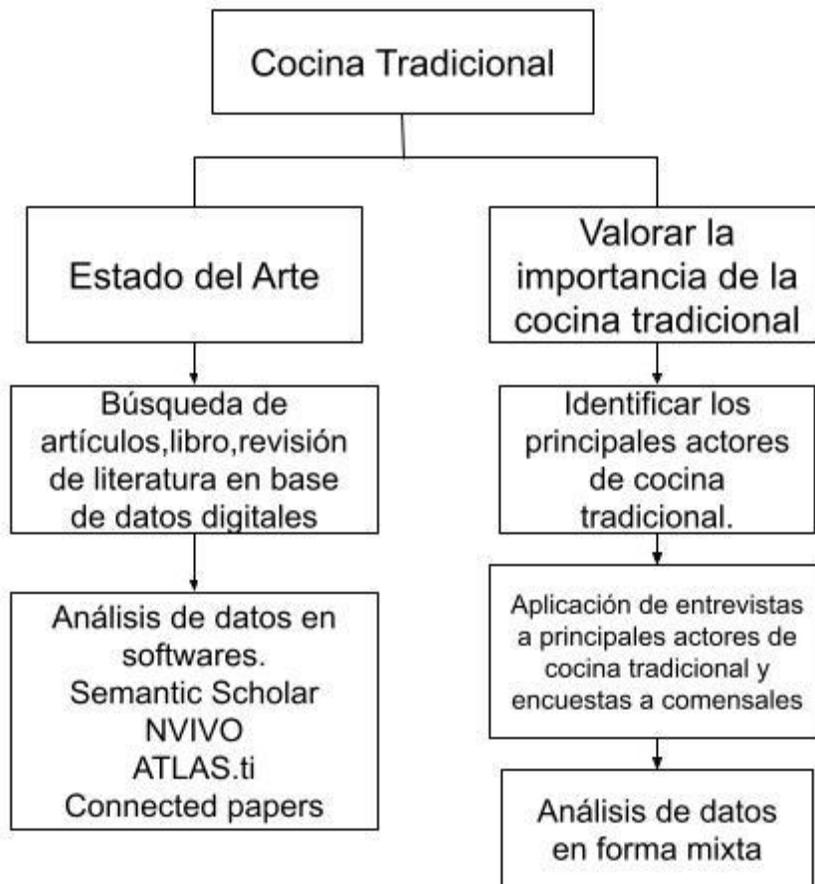


Figura 4. Mapa metodológico para valorar la cocina tradicional en el turismo.

LITERATURA CITADA

- Araujo V., Noelia, J.A. Fraiz R., y L. Cardoso. 2019. La gastronomía como recurso de la experiencia turística. El caso de España. *In: Alimentação e turismo: criatividade, experiência e patrimônio cultural*. pp. 101-122
- Ashok, M.B. 2019. Local cuisine - a tool to promote destination. *JETIR* 6 (1): 124:131
- Blanco M., M y H. Riveros S. 2011. El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Estudios Agrarios* 17: 117-125.
- Cassar, I., K. Vella y S. Buttigieg. 2017. Understanding the Economic Contribution of Tourism in Malta: A Literature Review. Economic policy department. 24 pp. Diccionario de la real academia de española. 2014. Diccionario de la Real Academia Española. 23.a edición. <https://dle.rae.es/>
- Chang, R., J. Kivela y A. Mak. 2010. Food preferences of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research*, 37(4): 989-1011.
- Chauhan, H. 2020. Importance of gastronomy tourism in making Jaunsar Bawar a destination brand. *UGC care journal* 43 (3): 57-65.
- De Jesús- Contreras, D., H., Thome-Ortíz, I., Vizcarra-Bordi, y A.Espinoza-Ortega. 2017. Turismo agroalimentario. Una perspectiva recreativa de los alimentos emblemáticos desde la geografía del gusto. *Estudios y perspectivas en turismo*. 26: 549-567.
- Falcón, J.P. 2014. Tendencias globales de desarrollo del turismo gastronómico aplicadas al caso de Argentina. *Redmarka UIMA* 7(12): 35-67.
- Folgado F., J. A., J. M., Hernández M., y A. M. Campón C. 2011. El turismo gastronómico como atractivo innovador del destino: Un estudio empírico sobre rutas gastronómicas españolas. *In: Conference: XIII Seminario Luso-Espanhol de economía empresarial*, noviembre 24-25, Universidad de Évora, Portugal. pp:20.
- Fusté-Forné, F. 2016. Los paisajes de la cultura: La gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*.24:04-16.
- García S., A. 1970. Clasificación de los recursos turísticos. *Boletín del instituto de geografía* 3: 61-65.
- Hall, C. M., and L. Sharples. 2003. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism taste. Hall, C. M., L. Sharples, R. Mitchell, N. Macdonald. and B. Cambourne (eds) . *Food Tourism Around The World* pp: 390.
- Hernández-Mogollón, J., E. Di-Clemente, y T. López-Guzmán. 2015. El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 68: 407-428.

- Iberglobal. 2017. Guía de países. Portal para la internacionalización de la empresa y la economía. Recuperado de: <https://www.iberglobal.com/>
- Jafari, J. 2005. El turismo como disciplina científica. *Política y sociedad* 42(1): 39–56.
- López O., A., C. Pérez C., C. Guzmán H., y R. Hernández L. 2017. Caracterización de las principales tendencias de la gastronomía mexicana en el marco de nuevos escenarios sociales. *Teoría y Praxis* 21: 91–113.
- Mascarenhas T., R.G., y J.M. Gândara G. 2010. Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19: 776–791.
- Meléndez T., J.M., y G.M. Cañez F. 2009. La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios Sociales* 17: 181-204
- Melgar M. S, 2013. La gastronomía en el sistema turístico. Buscando nuevos productos, mejorando los destinos. El caso de la isla de Fuerteventura. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural* 11 (2): 483:494.
- Moragues C., D. 2006. Turismo, cultura y desarrollo. Agencia Española de Cooperación Internacional. Ministerio de asuntos exteriores y de cooperación. 192 p.
- Oliveira, S. 2011. La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino.El Turismo gastronómico en Mealhada - Portugal. *Estudios y prespectivas en turismo* 20: 738–752.
- Organización mundial de turismo. 2020. Growth in international tourist arrivals continues to outpace the economy. *World Tourism Barometer* 18(1). pp:6.
- Reyes-May O.M., J.C. Rodríguez-CIH, M.A. Kantún-Ramírez, y W.A. Alonzo-Baez. 2017. Cocineras tradicionales de Yucatán:Sustentabilidad y legado del Mayab. *In. Los procesos administrativos aplicados a las actividades productivas y de servicios T-II. ECORFAN Tópicos selectos de Turismo, Gastronomía y Sustentabilidad empresarial.* (eds) González-Herrera, K.C., L.C. Morán-Bravo, J.J.H. Negrón-Noh. Universidad Tecnológica Metropolitana-Universidad Tecnológica de Puebla. Mayo. Puebla, México. pp.106-114.
- Scarpato, R., 2002. Gastronomy as a tourist product:the prespective of gastronomy studies. *In: Hjalager AM, Richards G (eds) Tourism and gastronomy.* Routledge, London, UK, pp 51–70
- Schlüter, R. G., y D. Thiel E. 2008. Gastronomía y turismo en Argentina. Polo gastronómico Tomás Jofré. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural* 6(2), 249–268.
- Secretaría de Turismo. 2019. El sector restaurantero representa el 15.3 por ciento del PIB turístico en México. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sector/prensa/el-sector-restaurantero-representa-el-15-3-por-ciento-del-pib-turistico-en-mexico>

Troncoso-Pantoja,C. 2019. Comidas tradicionales: un espacio para la alimentación saludable. *Perspectiva en nutrición humana* 21: 105-114.

CAPÍTULO I. LA COCINA TRADICIONAL EN EL TURISMO

1.1 La cocina tradicional en el turismo mundial

La cocina tradicional es una composición de ingredientes locales, conocimientos prácticos antiguos, creencias, técnicas culinarias, costumbres, cultura e identidad, transferidas entre generaciones por tradición oral y recreación en los hogares, para el consumo, manejo y transformación de los alimentos (Marin *et al.*, 2004; Schluter y Thiel, 2008; Meléndez y Cañez, 2009; Vargas, 2013; Reyes *et al.*, 2017b; Troncoso, 2019).

Dicha actividad es importante en el mundo, permite diferenciarse entre sociedades y refleja su identidad, manteniendo el uso de técnicas originarias y valorizando cada uno de sus elementos, lo que permite obtener efectos biológicos, económicos y sociales positivos en la sociedad (Schluter y Thiel, 2008; Meléndez y Cañez, 2009; Reyes *et al.*, 2017; Troncoso, 2019). Así, la cocina tradicional y los productos locales son un motor de desarrollo social y un medio de autodescubrimiento y del conocimiento del otro (Bessiere y Tibere, 2013).

Vargas (2013) expresa que la cocina tradicional forma parte dos sistemas: los aspectos culturales, religiosos y económicos; y el material, agricultura, ganadería, pesca, entre otros, donde se cultivan, reproducen y recolectan los ingredientes locales en su medio natural para su transformación. En la actualidad se practican modelos que valorizan los productos y mantienen la conexión entre el medio natural y cultural, para mejorar la calidad de vida (Collin y Cano, 2016).

La alimentación es necesaria para el ser humano; también, es un elemento esencial del turismo, ya que es posible no visitar ciertos espacios, pero consumir alimentos es indispensable. En consecuencia, los estudios académicos con diversos enfoques han tomado relevancia, al evaluar los beneficios económicos, bioculturales y sociales, y despierta el interés de los gobiernos y de las empresas

por desarrollar nuevas experiencias turísticas enfocadas al consumo de alimentos locales (Hall *et al.*, 2013; Araújo *et al.*, 2019).

De acuerdo con Stanley y Stanley (2015), a partir de 1970 se hace conciencia sobre la calidad de los diferentes alimentos, y se interactúa con los productores para promover el consumo de productos locales, integrándose a la oferta turística como actividades tradicionales, transformándose en motivo de visita en las zonas rurales de países como Francia, Italia, Japón, Turquía, Nueva Zelanda, entre otros.

Long (2010) indica que el turismo busca entender la cocina de otras sociedades, participa y explora el consumo, las preparaciones y presentaciones de diferentes platillos, de sistemas alimentarios, tendencias o modas, entre otros. Así, la cocina tradicional es una percepción de la otredad, generando nuevas experiencias en el turista que refuerza positivamente la identidad cultural y social de los diferentes espacios. El enlace turismo y cocina tradicional capta mayor número de turistas y valora los destinos turísticos (Haven-Tang y Jones, 2005; Ridvan y Karakas, 2013).

En los últimos años, existe un sector turista que viaja a un destino con la motivación de descubrir la cocina tradicional y sus productos, se define como turismo especializado, el cual busca satisfacer sus intereses gastronómicos. Este desarrollo turístico se da en todo el mundo, especialmente en países menos desarrollados (Hall y Sharples, 2003; Stanley y Stanley, 2015).

El turismo alimentario se puede clasificar de la siguiente manera: primaria, por la realización de actividades enfocadas a los alimentos; secundaria en la que se realizan diferentes actividades, como negocios, deportivas, entre otras. Subsidiario que hacen visitan a mercados y sitios locales, por la necesidad de alimentarse (Fig.1). Satisfacen las necesidades básicas de la alimentación durante los trayectos y se vive la experiencia cultural y los sabores que influyen a la sociedad que se visita (Schluter y Thiel, 2008; Sengel *et al.*, 2015)

Los destinos turísticos dependen de un producto primario, que motiva a los turistas a visitar nuevos espacios; algunos limitan sus atractivos naturales o actividades recreativas (Benur y Bramwel, 2015). La cocina local está tomando esa motivación, se convierte en el atractivo primario de un destino, tal es el caso de Mealhada, Portugal, cuyo éxito turístico se basa en los productos locales, atrayendo visitantes primarios y secundarios a disfrutar y conocer de su cultura (Oliveira, 2007; Oliveira, 2011)

En Mangalore, India, una pequeña región con basto folklore, tradición y cultura, la cocina es la principal atracción, ha mejorado el ingreso económico, la calidad de vida y el cuidado de su biodiversidad (Ashok, 2019). De forma similar, la cocina tradicional de la región tribal Jaunsar-Bawar con el consumo sustentable de sus productos locales, genera un intercambio cultural y se convierte en una marca de destino a visitar (Chauhan, 2020).

La cocina tradicional diversifica las actividades para satisfacer la experiencia de los visitantes. Un ejemplo de esta diversificación son la creación de rutas culinarias, los asistentes viven la experiencia de conocer los procesos de los productos locales de las regiones y forman parte de sus transformaciones. Dentro de los países más conocidos se encuentra España, quien cuenta con productos locales y con denominación de origen como lo es el vino, aceite de oliva, jamón ibérico, mantecado y anís (Millán *et al.*, 2012).

En Tailandia, las tres rutas más conocidas son La ruta de la sal, jaggery, la cual es un tipo de azúcar de caña y la ruta del pescado, tienen como objetivo presentar los elementos que se encuentran ligados a estos productos y el turista forma parte de la producción y del proceso de transformación (Vorasiha, 2018).

La ruta colonial en Brasil permite a los usuarios tener una interacción con los habitantes de las comunidades rurales, las cuales comparten sus experiencias de vida, sus productos alimenticios e involucra a los turistas en sus actividades diarias y en la comunidad (Verardi, 2003).

Las rutas gastronómicas son parte del desarrollo económico regional, la mayor parte se ubican en el sector rural por lo que se generan empleos, se promueve el consumo y la venta de productos de la región potenciando los vínculos con los productores, se fomenta el desarrollo y se evita la migración (Millan *et al.*, 2012)

Para Thomé y De Jesús (2016) las actividades turísticas conservan el patrimonio cultural y revitalizan la economía. La cocina tradicional contribuye a la sustentabilidad, apoya la producción de alimentos en la agricultura, ganadería, pesca, entre otras. En las zonas rurales permite la valorización de los productos frescos y promueve los mercados regionales, respeta las temporadas de producción y productos de calidad, evita la explotación (Ridvan y Karakas, 2013; Buitrago y Chitiva, 2017; Binz y Caxias, 2019).

Nistoreanu *et al.* (2013) mencionan que en Rumania la navidad y la pascua son representaciones que atraen visitantes, se promociona la cocina tradicional y sus productos locales en ferias y eventos municipales, fortaleciendo el desarrollo económico con un comercio justo.

Buitrago y Chitiva (2017) describen el caso de Colombia, donde productores agrícolas trabajan en productos orgánicos que abastecen a diferentes restaurantes del país, realzando su naturalidad y calidad, aunque el costo es más elevado, el consumidor busca alimentos de mejor calidad y saludables.

En Alemania el turismo rural tiene sus inicios al culminar la segunda guerra mundial, su gran desarrollo fue en 1990, cuando se crean políticas agrícolas para fomentar su desarrollo y tiene efectos positivos en la población que se motiva y renueva sus edificios para convertirlos en alojamientos turísticos y mercados para comercializar sus productos (Sidalí, 2011).

Los mercados tradicionales son espacios atractivos a los turistas, donde encuentran productos locales, tradicionales y frescos, que generalmente no hay en centros comerciales. Además, se fomenta un intercambio cultural entre vendedores y compradores y conocimientos hereditarios de preparaciones y consumo.

Bessiere y Tibere (2013) indican que en Francia el turismo que busca experiencias relacionadas a los alimentos representa, un 24 % asistir a restaurantes, 22 % la visita a mercados y el 13 % a los museos. Su objetivo no solo es conocer un destino, sino también los productos y platillos que se preparan en la región, para entender el consumo y alejarse de la cotidianidad.

Las grandes cadenas de supermercados y sus comodidades han desplazado a los mercados tradicionales. Para solventar esto, los productores en países como Corea, Alemania, Colombia, entre otros, crean nuevas estrategias de marketing y revitalizan sus centros urbanos para motivar al consumidor local y a turistas (Sidali, 2011; Lee, 2017; Rodríguez-Gutiérrez *et al.*, 2020).

Cavicchi y Ciampi (2016) mencionan que la innovación continua, la calidad de los productos, la promoción, satisfacer las necesidades del cliente, entre otras, permiten mantenerse en el mercado. El trabajo conjunto de chefs, investigadores culinarios, organizaciones internacionales y productores, han integrado diversas obras de cocina tradicional, como El libro de recetas de Kenia publicado en el año 2018 por la FAO; Around the world on a carpet of flavours, publicado por el European Centre of Studies and Initiatives (CESIE); Traditional foods recipe cards publicado por el European Food Information resource (EuroFIR), entre otros. Los cuales integran recetas de platillos tradicionales de diferentes países, con el fin de promover e invitar a viajar para consumirlo.

1.1. La cocina tradicional en el turismo nacional

La cocina tradicional mexicana es un referente importante en el mundo, en la actualidad es posible encontrar productos originarios en recetas internacionales que potencializan los platillos, por lo que en la última década se trabaja por preservar los productos locales y su utilización en la cocina diaria (Poblete, 2017).

La cocina tradicional en México es mega diversa, una gran variedad de productos integran los platillos en los 32 Estados, un ejemplo es el estado de Puebla, referente nacional por diferentes platillos patrimoniales, muestra del mestizaje de

la conquista española y fusión de ingredientes y preparaciones, reconociendo su cocina como propia y aprovechando los productos de su región (Acle-Mena *et al.*, 2020).

La cocina tradicional mexicana tiene un significado especial para la sociedad, para los investigadores es el resultado del trabajo consciente para recuperar y preservar especies comestibles y prácticas culinarias tradicionales, a través de programas, políticas públicas y el reconocimiento por la constante expansión que trae consigo nombramientos oficiales (Bermúdez, 2005). Sin embargo, en el año 2010 el nombramiento de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad otorgado por la UNESCO para la cocina tradicional mexicana significó un logro de esfuerzos por reconocer su importancia a nivel mundial (Ojeda y Dávila, 2015)

La cocina tradicional al ser referente nacional tiene impacto en el turismo, genera ingresos económicos y empleos de manera directa e indirecta con múltiples beneficios para la sociedad. La diversificación de atractivos y actividades coloca a México en el octavo lugar de los 10 países más visitados, con constante crecimiento en el número de visitantes, lo que representa desarrollo económico y turístico (Figura 5) (UNWTO, 2019).

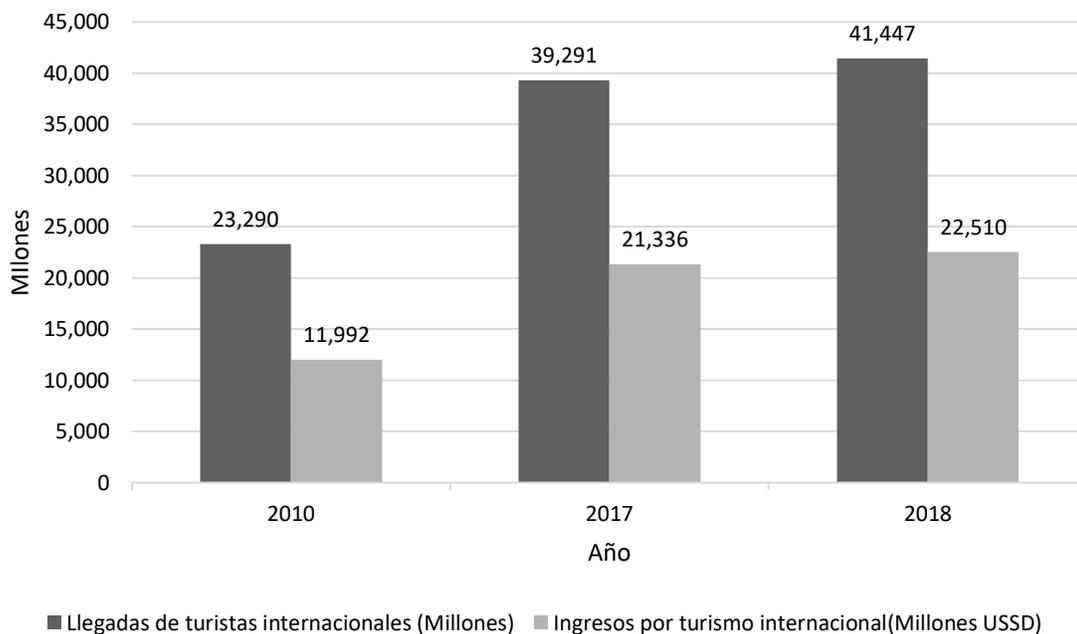


Figura 5. Llegadas de turistas y recursos que genera el turismo en México (OMT, 2019).

SECTUR (2019) indica que las empresas mexicanas de alimentos y bebidas generan 349,458 millones de pesos, 30.7 % generado por turistas internacionales; lo que representa un ingreso de 15.3 % del PIB turístico, solo por debajo del transporte y alojamiento, y el 2 % del PIB nacional, lo que se refleja en nuevos establecimientos y fuentes de empleo, y activación de la economía.

Flores y Andrew (2012) afirman que se reconoce la importancia de la cocina en el turismo y sus beneficios socioeconómicos y culturales. Fomentar estudios sobre el perfil del turista permite determinar sus motivaciones para la visita.

1.2 Exponentes de cocina tradicional internacional

La diversificación del estudio de la gastronomía y su relación con el turismo ha permitido identificar los fenómenos que permiten su interacción en los espacios geográficos.

Okumus *et al.* (2007), indican que en Hong Kong y Turquía la comida es uno de los elementos motivadores más importantes de un destino turístico y una de las actividades que más disfrutaban los turistas, no se limitan en gastos con tal de vivir una buena experiencia; promocionan sus productos tradicionales por todo el mundo para motivar la visita, degustar sus platillos, conocer su cultura y reforzar los valores de producción, cumpliendo con los estándares de calidad e incentivar el desarrollo económico de la ciudad.

En la localidad de Tomás Jofré, provincia de Buenos Aires, Argentina, las comunidades con apoyo del gobierno observaron los beneficios del desarrollo turístico y la derrama económica que se percibe al promover los atractivos turísticos, tomando de referencia el desarrollo en la ciudad de Mealhada, Portugal, con el fomento de la gastronomía como el atractivo primario (Schluter y Thiel, 2008).

De acuerdo con Miranda *et al.* (2011) las cocinas y productos locales juegan un papel importante en la diferenciación de los destinos turísticos, asociación positiva entre un estilo de comida y un destino. De acuerdo con las tradiciones de consumo de insectos en México, esta especialidad de cocina ha sido puesta en práctica en países como Italia, Francia, Portugal y España, los cuales han fortalecido su gastronomía y alimentos tradicionales como un atractivo turístico.

El turismo gastronómico en Mealhada, Portugal, es elemento primario de desarrollo económico, por la gran cantidad de turistas interesados en la elaboración de sus platillos y sus productos locales, referencia de calidad y sabores excepcionales, convirtiéndose en atractivo turístico primario, los turistas no pernoctan en esta ciudad por estar cerca de la carretera más importante (Oliveira, 2011).

Nistoreanu *et al.* (2013), exponen el caso de la cocina tradicional en Rumania, importante factor del turismo sustentable, resaltan las fiestas de fin de año, el bosque y los adornos generan un ambiente agradable, fomentan su cultura celta con el consumo de animales de caza, platillos dulces, música y cantos, el

consumo de vino casero, se han dado a conocer en el mundo por las redes sociales, para los habitantes locales representa fomentar sus tradiciones y fortalecer la economía.

Hernández *et al.* (2015) indican que el turismo es una actividad que proporciona al viajero una oportunidad de crecimiento y enriquecimiento personal y cultural, donde la gastronomía se afirma como un elemento de diversificación e identidad de un territorio. En Cáceres, España se fomenta la gastronomía local como parte de su patrimonio cultural, convirtiéndose en un atractivo turístico que capta un segmento de turistas con buen poder adquisitivo y disfrutan de su estadía por varios días.

De Sousa y Almeida (2015), en Amazonas, Paraná, Brasil, el turismo gastronómico integra elementos culinarios tradicionales, valorizan los saberes y sabores. Estos turistas demandan cada vez más atractivos y la creación de rutas gastronómicas que integren a la población local, se promueva el conocimiento cultural y alimenticio de la región, lo que reafirma al turismo gastronómico como especializado para los que buscan conocer los productos regionales, sabores y saberes por medio de nuevas experiencias que integran atracciones culinarias con un gran potencial.

Holguín (2017) en su investigación sobre la cocina tradicional de la India, indica la influencia de diversos elementos como geofísicos, religiosos, culturales e históricos, que integran colores, sabores y aromas, ingredientes utilizados de acuerdo con técnicas de preparación que los diferencia. Además de satisfacer una necesidad física alimentaria, es considerada uno de los principios básicos de la medicina ayurvédica, que genera placer, es sana en diferentes combinaciones y nuevos sabores de la cocina tradicional (Lauría y Ciarlotti, 2009).

Cvijanović *et al.* (2018) mencionan que en Serbia los elementos como el vino, la cocina tradicional y el turismo están íntimamente ligados y forman parte de la oferta a los turistas que llegan al lugar, la demanda de esos productos y el desarrollo social. La población representa una identidad geográfica y cultural, por

lo que es una vía de atracción de turismo especializado, los visitantes conocen la cultura, se integran a las actividades diarias de los residentes y tienen un acercamiento a las comunidades. El turismo rural busca su desarrollo por iniciativa y motivación de la población de estas áreas, donde se ofrecen servicios de alojamiento y alimentación en las casas de los habitantes para convivir con las personas y las actividades que realizan diariamente de manera activa.

Rodríguez *et al.* (2020), muestran el caso de Popayán, Colombia, donde la cocina es un elemento fundamental para que los turistas descubran la cultura y las tradiciones, y tras recibir el reconocimiento de la UNESCO como Ciudad Creativa de la Gastronomía les permite notoriedad en el mundo, y consolidación como atractivo turístico para aquellos en busca de platillos tradicionales.

Masu (2016) menciona a Japón como una de las cocinas más importantes en el mundo, nombrada por la UNESCO Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en el año 2013, por sus prácticas, tradiciones y conocimiento milenario en la preparación de sus alimentos, aunado al respeto por la naturaleza y uso sostenible de los recursos. Conocimientos valorados y enseñados por los adultos mayores a los jóvenes con el objetivo de preservar el respeto por sus tradiciones.

1.3 Exponentes de cocina tradicional mexicana

La SECTUR (2016) indica que la cocina tradicional mexicana es una actividad que permite expresar la identidad y la cultura, constituyendo un factor económico importante, representa 30 % del gasto de los visitantes a México, equivalente a 2 % del producto interno bruto, cuya motivación es descubrir los sabores tradicionales, productos étnicos y poder adquirirlos. Esto representa generación de empleos, diversificación y desarrollo del turismo y de los municipios.

Ranero (2015) menciona que el estado de Veracruz es un punto de partida para conocer la fusión de culturas a través de los sabores de su cocina con un repertorio de platillos con diversidad de sabores para paladares exigentes. Dado que Veracruz es el puerto de la conquista de los españoles y sus municipios

forman parte esencial de tránsito de los visitantes colonizadores de México, y con ellos el intercambio de ingredientes del viejo continente con los autóctonos integrándose en una cocina particular de platillos tradicionales y emblemáticos para el Estado.

Alarcón y Del Carpio (2017) en su estudio muestran un ejemplo de cocina tradicional de la región del Totonacapan en el cual un pequeño grupo de mujeres busca el reconocimiento y la promoción de la cocina tradicional, este grupo de mujeres se les conoce como “Las mujeres de humo” del parque Takilhsukut en el municipio de Papantla, Veracruz, cuyo objetivo es dar a conocer los platillos tradicionales y posicionar la cocina tradicional y patrimonial de esta zona.

Una de las precursoras de las cocina veracruzana y mexicana es la chef Carmen “Titita” Ramírez Degollado, originaria de Xalapa, Veracruz, con 19 restaurantes “El Bajío”, reconocida internacionalmente, promotora de la cocina tradicional mexicana, perpetúa las tradiciones y conocimientos de las técnicas culinarias y sazón de las “mayoras” (mujeres que dirigían las cocinas de las haciendas veracruzanas), enciclopedia de la cocina y portadoras del conocimiento tradicional, las cuales forman parte de su grupo de trabajo. Sus establecimientos son visitados por turistas internacionales para descubrir la magia de la cocina mexicana (Ramírez, 2017).

Sosa y Silvestre (2017) indican que el turismo en Manzanillo se encuentra en constante desarrollo económico, y el turismo gastronómico tiene un papel primordial como segmento de mercado. Se integran procesos de investigación para conocer los platillos y bebidas tradicionales, estandarizarlos para la obtención de un producto de calidad, que integre los productos locales resaltando su origen regional; así fortalecer la gastronomía del estado de Colima y brindar experiencias positivas a los turistas para fomentar su regreso.

Thomé *et al.* (2017) resaltan para Zapotitlán Salinas, Puebla, la producción de sal mediterránea que data de 2000 años y constituye para los pobladores y comunidades aledañas una fuente de ingresos; es un elemento alimenticio

histórico reconocido por sus cualidades y valor culinario. Constituye un patrimonio cultural que beneficia a todo el pueblo y que propició la creación de una ruta turística con actores internos y externos para valorizar los elementos locales, diversificar su desarrollo económico y fomento turístico.

México cuenta con importantes exponentes de la cocina tradicional mexicana que son reconocidos a nivel mundial como es el caso del restaurante Sotero en Pachuca, Hidalgo, a cargo del Chef Aquiles Chávez, con platillos tradicionales en su menú, muestra su cariño por la cocina tradicional, la cultura y su aportación al mundo con esta cocina mestiza, nombrado como uno de los mejores restaurantes del mundo (Chávez, 2017).

El estado de Oaxaca, importante exponente de diversidad de platillos, el chef Alejandro Ruiz, propietario del restaurante casa Oaxaca, difunde las recetas que su abuela le transmitió, la cocina tradicional le ha dado el éxito a este restaurante, galardonado en múltiples ocasiones (Ruiz, 2017).

Jalisco también es uno de los Estados reconocidos del país, su patrimonio cultural es muy amplio en cuanto al arte, la música, la cocina tradicional, entre otros. Su producción de Tequila conocido a nivel mundial, forma parte de los productos con Denominación de Origen, así como el chile de Yahualica (IMPI, 2018).

Maru Toledo, investigadora gastronómica de Jalisco, ha realizado desde el año 2004 importantes trabajos sobre la cocina mestiza, con instrumentos cualitativos, entrevistas e historias de vida de personas adultas mayores de comunidades rurales de la región de Valles, Jalisco, valora los platillos tradicionales, la flora local, y el conocimiento ancestral (Bañuelos, 2017).

En Nayarit, la chef investigadora Alondra Maldonado Rodriguera, autora del libro “Sabores de Nayarit”, multipremiado en México y en el mundo, considerado una gran obra. El libro compila información de la cocina tradicional de 45 comunidades de 20 municipios del Estado, los pobladores participan reconociendo nombres de los platillos, sabores, olores que forman parte del patrimonio de las comunidades,

de su identidad, transcritas para el conocimiento mundial y fomentar la revitalización y desarrollo del campo (Maldonado, 2019).

Enrique Olvera, considerado uno de los mejores chefs de México, propietario de 10 restaurantes, 7 en México y 3 en Estados Unidos de Norteamérica; valoriza la cocina mexicana con ingredientes de origen endémico y orgánico, y con técnicas ancestrales en la elaboración de sus platillos; escritor de seis libros que muestran su pasión por la cocina tradicional mexicana (Olvera, 2019).

Las cocineras tradicionales de la región purépecha de Michoacán fomentaron el proceso para reconocer la cocina tradicional mexicana como Patrimonio Cultural Inmaterial de la humanidad, que integra rituales sagrados para obtener buenas cosechas, ofrendas con divinidades para que los protejan, por los alimentos que se preparan. Este proceso forma parte elemental de la cultura purépecha y de algunas otras en México que aún conservan esta cosmovisión. Esto fomenta la oferta turística para segmentos de turismo especializado que buscan experiencias diferentes al turismo de masas, con prácticas sociales, de producción primaria hasta la transformación y su relación con los elementos naturales y sagrados, reproducidos en las comunidades para fomentar la tradición y la expresión del patrimonio cultural (Ojeda y Dávila, 2015).

Cada vez más son los exponentes de la cocina tradicional mexicana, reconocidos por diversas instituciones, organizaciones y medios de comunicación. La revista Forbes México en el año 2020 integra a Daniela Soto-Innes entre las 100 mujeres más poderosas, quien forma parte del equipo del Chef Enrique Olvera. También, Doña Ángela, en su canal de YouTube “de mi rancho a tu cocina”, forma parte de los exponentes de la cocina tradicional mexicana, reconocido a nivel mundial por divulgar la tradición culinaria de los países y la valoración del conocimiento ancestral de las comunidades rurales y los ingredientes endémicos (Mendoza, 2020).

En el siguiente cuadro se muestran aportes a la relación cocina tradicional y turismo.

Cuadro 1. Aportes a la relación cocina tradicional y turismo.

| Autor | Año | País | Tema | Aportación |
|------------------------------|------|---------------------|--|--|
| Briedenhann y Wickens | 2003 | Reino Unido | Rutas turísticas como herramienta para el desarrollo económico de áreas rurales- esperanza vibrante o sueño imposible. | La creación de actividades y atracciones en las zonas rurales permite un desarrollo económico y mejora en la calidad de vida. |
| Espeitx | 2004 | España | Patrimonio alimentario y turismo: Una relación singular. | La alimentación como recurso turístico en el grado de patrimonio. |
| Armesto-López y Gómez-Martín | 2004 | España | Productos agroalimentarios de calidad, turismo y desarrollo local: el caso de Priorat. | La calidad de los productos con denominación de origen atrae a turistas especializados e incrementa el interés de académicos y sector gubernamental. |
| Marín <i>et al.</i> | 2004 | Colombia | Cultura alimentaria en el municipio de Acandí. | La cocina local es un factor determinante de la dinámica social de sus habitantes. |
| Feo | 2005 | España | Turismo gastronómico en Asturias. | Las actividades culinarias permiten una difusión de los productos locales y un desarrollo integral a las comunidades productoras. |
| Okumus <i>et al.</i> | 2007 | Hong-Kong, Turquía. | Marketing Estambul como un destino turístico. | Marketing digital como proceso de motivación por conocer la cocina tradicional. |
| Fox | 2007 | Croacia | Reinventando la identidad gastronómica del destino turístico de Croacia. | La cocina tradicional es una oferta turística exitosa en países que optan por una cocina internacional. |
| Oliveira | 2007 | Portugal | La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada – Portugal. | Demuestra la importancia que tiene la cocina local para atracción de visitantes. |
| Tikkanen | 2007 | Finlandia | Jerarquía de Maslow y el turismo gastronómico en Finlandia: cinco casos. | La alimentación es un factor que cubrir para satisfacer al turista en todos los aspectos no solo en el físico. |
| Schluter y Thiel | 2008 | Argentina | Gastronomía y turismo en Argentina. Polo gastronómico Tomás Jofré | Cocina tradicional como fuente principal de atracción y desarrollo turístico. |
| Clemente <i>et al.</i> | 2008 | España | Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: | Los platillos locales representativos son un |

| | | | | |
|--------------------------|------|----------|--|---|
| | | | dimensiones y segmentación de mercado. | atractivo turístico y diferenciador de destinos. |
| Meléndez y Cañez | 2009 | México | La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local de San Pedro El Saucito, Sonora, México. | La cocina regional como un elemento de identidad y desarrollo de las comunidades. |
| Ascanio | 2009 | Chile | Rutas gastronómicas chilenas: Una aproximación al tema. | La gastronomía como elemento del paisaje cultural identitario regional de un país. |
| Gonçalves <i>et al.</i> | 2009 | Brasil | Reflexiones sobre el turismo gastronómico desde la perspectiva de la sociedad soñada | |
| Mascarenhas y Gândara | 2010 | Brasil | Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico. | Rutas gastronómicas, visitando las pequeñas comunidades para fomentar el turismo y promoción de la cocina tradicional brasileña. |
| Coelho y Azevedo | 2010 | Brasil | Turismo, imagen territorial y gastronomía: el valor simbólico de la cocina en el atractivo de los destinos turísticos brasileños. | |
| Lengard <i>et al.</i> | 2010 | Noruega | Imagen general y percepciones de atributos de la comida tradicional en seis países europeos. | Los productos tradicionales demuestran una mayor aceptación en el área de estudio considerando diferentes atributos. |
| Coelho y Urias | 2011 | Brasil | Personalidad Gastronómica y Destinos Turísticos: evaluación de los canales de comunicación en la proyección de las atracciones culinarias en el noreste de Brasil. | Atracciones culinarias como destino turístico. |
| Oliveira | 2011 | Portugal | La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. El Turismo gastronómico en Mealhada – Portugal. | La importancia de la cocina local, y actividad clave para atraer a los turistas y promocionar sus productos. |
| López-Guzmán y Margarida | 2011 | España | Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. | La gastronomía como factor de atracción turística especializada fomenta la creación de nuevos proyectos como rutas gastronómicas. |
| Miranda <i>et al.</i> | 2011 | México | La recolección de insectos con fines alimenticios en la zona turística de Otumba y Teotihuacán, Estado de México. | Productos locales que forman parte de una cocina tradicional e intercambio cultural retomando raíces prehispánicas. |

| | | | | |
|--------------------------|------|-------------|--|--|
| Hartwell <i>et al.</i> | 2012 | Reino Unido | Arte Culinario y Ciencia, perspectiva de los alimentos, características y elementos que influyen, desde el enfoque global, nacional y local. | Ofrece una visión de la gastronomía y la importancia que tienen en diferentes países. |
| Millan <i>et al.</i> | 2012 | España | Análisis del turismo gastronómico en la provincia de Córdoba. | La cocina tradicional en las diversificación del turismo puede ayudar al turismo rural, al resaltar los productos originarios y beneficiar con valor agregado. |
| Millan | 2012 | España | Las denominaciones de origen y las rutas del vino en España. | Rutas gastronómicas como vía de desarrollo económico en las comunidades. |
| Raffai | 2013 | Hungría | Innovación en el turismo rural: Un modelo húngaro de proveedores de alojamiento. | Innovación en la creación de actividades en el turismo rural para generar mayores ingresos económicos y evitar la migración. |
| Flores y Andrew | 2013 | México | Perfil del turista nacional que consume alimentos durante la semana santa en Mazatlán, Sinaloa. | Conocer las características de los turistas que llegan a vacacionar. |
| Nistoreanu <i>et al.</i> | 2013 | Rumania | Cocina tradicional como factor principal y de ayuda para promover el turismo sustentable en Rumania. | Promocionar los productos tradicionales para captar un mayor número de turistas. |
| Vargas | 2013 | México | La alimentación en las Américas: un patrimonio más complejo de lo que se suele pensar. | La cocina tradicional es un conjunto de procesos físicos y bioculturales complejos, no solo es la creación de platillos en una cocina. |
| Peštek y Činjarević | 2014 | Bosnia | Imagen percibida por turistas de la cocina local. | Valoración de la cocina local. |
| Cheng <i>et al.</i> | 2015 | China | Percepciones de autenticidad, valor de marca e intención de elección de marca: El caso de los restaurantes étnicos. | Interés de los consumidores por los productos auténticos, beneficio a las marcas de productos locales. |
| Hernández <i>et al.</i> | 2015 | España | El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres. | Definir el perfil de los turistas con necesidades especializadas en gastronomía. |
| De Sousa y H. Almeida | 2015 | Brasil | Consideraciones sobre turismo gastronómico en la amazonia. El caso de las rutas gastronómicas en las expediciones en el Amazonas. | La importancia de la participación de las comunidades rurales en un turismo activo que fomente el mutuo aprendizaje. |
| Benur y | 2015 | Reino Unido | Desarrollo del producto | La diversificación de las |

| | | | | |
|----------------------|------|----------------|---|---|
| Bramwel | | Unido | turístico y diversificación de productos en destinos. | actividades permite un mayor número de visitantes a los espacios turísticos y satisface la experiencia de todos los segmentos de turismo. |
| Ojeda y Dávila | 2015 | México | La cocina tradicional indígena de Michoacán | La cocina tradicional indígena de Michoacán, en la cual rescatan los ingredientes regionales y la cosmovisión de sus antepasados. |
| Sengel <i>et al.</i> | 2015 | Turquía | Aproximación turística a la comida local. | La cocina local puede ser un factor determinante en el consumo del turista, es necesario crear estrategias de marketing para su desarrollo. |
| Porananond | 2015 | Tailandia | Cena Khun Tok: La transformación de un estilo de comer Lanna en una atracción turística en Chiang Mai, Tailandia. | La cocina tradicional es un atractivo turístico y debe adaptarse a los gustos y necesidades de los nuevos turistas. |
| Quing Liu y Mattila | 2015 | Estados Unidos | Comidas étnicas: necesidad de pertenecer, necesidad de ser único y oferta de menú. | La satisfacción positiva de los consumidores en el consumo de menú auténtico por encima de los adaptados. |
| Cota | 2016 | México | Cocina mexicana y cocina étnica mexicana. etnicidad y bebidas tradicionales. | Una revisión de la cocina tradicional, de sus elementos y productos. |
| Mangalassary | 2016 | India | Cocina India. La conexión cultural. | |
| Fusté-Forné | 2016 | España | Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. | El patrimonio culinario es la interacción de la naturaleza y tradiciones de la sociedad e impacta en el interés del turismo directa o indirectamente. |
| Avelina y Almeida | 2016 | Brasil | La gastronomía como elemento del producto turístico, posibles caminos para la diversificación de la oferta de turismo en São Cristóvão. | |
| Cavicchi y Ciampi | 2016 | España | Comida y gastronomía como elementos, estrategias de innovación regional. | Estrategias de una mejora continua, en las actividades relacionadas con las cocinas. |
| Thomé <i>et al.</i> | 2017 | México | La ruta de la sal prehispánica en Zapotitlán Salinas, Mexico. | Fomentar actividades que benefician a los interantes de las comunidades valorizando sus productos originarios. |
| Alarcón y Del | 2017 | México | Las mujeres de humo y la | Analiza la importancia de |

| | | | | |
|---------------------|------|----------|--|--|
| Carpio | | | cocina tradicional en la región del Totonacapan. | la cocina tradicional mexicana como parte de la identidad cultural. |
| Sosa y Silvestre | 2017 | México | Evaluación de la calidad de los servicios turísticos gastronómicos en los establecimientos de alimentos y bebidas de comida tradicional regional Colimota en Manzanillo, Colima. | Metodología para determinar el conocimiento de los platillos tradicionales y las zonas más reconocidas. |
| Buitrago y Chitiva | 2017 | Colombia | La gastronomía sostenible como factor de mejoramiento de la cadena de suministro del sector gastronómico en Bogotá, Colombia. | Mejoramiento en la cadena de valor en búsqueda de una gastronomía sustentable. |
| Reyes <i>et al.</i> | 2017 | México | Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. | El vínculo de la cocina tradicional con la educación para entender sus factores y poder participar en políticas de desarrollo. |
| De Suremain | 2017 | México | Cuando la alimentación se hace patrimonio. Rutas gastronómicas, globalización y desarrollo local. | Análisis de patrimonio alimentario y los entes que convergen. |
| Medina | 2017 | México | Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las prespectivas cultural y turística. | La cocina tradicional patrimonial en conjunto con el turismo es una actividad integradora y con altos niveles de ingresos económicos para diversos sectores. |
| Maia y Botelho | 2017 | Brasil | La gastronomía como marca de destino. Propositiones en Minas Gerais, Brasil. | |
| Torres y Rojas | 2018 | México | Obesidad y salud pública en México: transformación del patrón hegemónico de oferta-demanda de alimentos. | El incremento en casos de obesidad por la mala alimentación. |
| Duarte | 2018 | Perú | Solo estamos rascando la superficie, un enfoque de capacidades dinámicas y basados en recursos en el contexto del desarrollo del turismo culinario. | El turismo culinario tiene potencial de desarrollo económico regional, sostenibilidad rural e identidad a un destino. |
| Okumus y Cetin | 2018 | Turquía | Marketing en Estambul como un destino culinario. | Los países con un adecuado marketing de cocina tradicional incrementan la motivación y el número |

| | | | | |
|------------------------------|------|----------------|---|--|
| Arcana <i>et al.</i> | 2018 | Indonesia | Factores determinantes que afectan la satisfacción de los turistas hacia la cocina tradicional balinesa en los restaurantes de los centros turísticos de Ubud, Gianyar, Bali. | de turistas. La aceptación y éxito de la cocina tradicional no solo basta con el sabor, sino de diferentes tipos de factores que atraen al turista. |
| Cvijanović <i>et al.</i> | 2018 | Serbia | Cocina tradicional como condición de desarrollo del turismo rural. | Muestra los beneficios de diversificar el turismo realizando actividades de cocina tradicional y solucionar las problemáticas sociales. |
| Vorasiha | 2018 | Tailandia | Las rutas de viaje por turismo gastronómico, vía de la sal en el oeste de la región de Tailandia. | Fomenta la creación de rutas gastronómicas para fomentar el desarrollo de las comunidades por medio de un intercambio cultural. |
| Privitera <i>et al.</i> | 2018 | Rumania-Italia | El turismo alimentario y gastronómico como recurso económico local: estudios de casos de Rumania e Italia. | Produce beneficios para los productores que promueven el consumo de sus productos de origen con valor agregado |
| Gascón | 2018 | México | Turismo, agricultura y alimentación: de la teoría del enlace a la patrimonialización de la gastronomía. | Se muestra la relación de los distintos modelos de producción de alimentos y su relación con el turismo desde un enfoque histórico. |
| Navarrete y Muñoz | 2018 | México | Turismo gastronómico: sabor y tradición. | Las rutas gastronómicas permiten consolidar la cultura productiva regional y su valoración. |
| Barska y Wojciechowska-Solis | 2018 | Polonia | Cocina tradicional y regional vistos por los consumidores, resultados de la investigación: el caso de Polonia. | Mayor interés de los turistas por el consumo de productos locales. |
| Guan <i>et al.</i> | 2019 | China | Cocina patrimonial y destino de turismo rural sustentable. | Mercados tradicionales como forma de ofertar productos locales y su conexión al turismo rural. |
| Acle-Mena <i>et al.</i> | 2019 | México | La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México. | La gastronomía tradicional permite ser un atractivo turístico para las ciudades con un legado culinario y diversifica el mercado. |
| Troncoso y Arzeno | 2019 | Argentina | Turismo, gastronomía y producción agraria en la provincia de Jujuy (Argentina): actores, | Relación de la cocina tradicional y el sector agrario en la valorización de ingredientes y |

| | | | | |
|------------------------|------|----------|--|---|
| | | | dinámicas y transformaciones asociadas a la valorización de productos tradicionales. | desarrollo económico. |
| Binz y Caixas | 2019 | Brasil | Gestión de la gastronomía sustentable. Prácticas del sector de alimentos y bebidas en hospedajes. | La valoración de la cultura por medio de los alimentos para fomentar el desarrollo del turismo sustentable. |
| Santos <i>et al.</i> | 2019 | Brasil | El potencial de la cocina tradicional para el turismo en la región del parque nacional Serra da Capivara, Piauí, Brasil. | La cocina tradicional e ingredientes locales fortalece la identidad regional como promoción al turismo y crecimiento económico. |
| Costa y Mapurunga | 2019 | Brasil | Estudio exploratorio sobre la gastronomía regional como atracción turística. El caso de la costa de Ceará, Brasil. | La gastronomía regional como atractivo turístico cultural. |
| Sánchez | 2019 | Colombia | Ver, preguntar y cocinar... Y cocinar cantando. La cocina tradicional del pacífico colombiano: un patrimonio cultural en riesgo. | La cocina tradicional está conectada a las tradiciones y es un eje para promover los sistemas de seguridad y soberanía alimentaria. |
| Kraus <i>et al.</i> | 2019 | Brasil | Experiencia de cocina en Perú según la perspectiva del turista. | |
| Lobato <i>et al.</i> | 2019 | Brasil | Belém ciudad creativa de la gastronomía. | |
| Araujo <i>et al.</i> | 2019 | España | La gastronomía como recurso de la experiencia turística. El caso de España. | Valor agregado a los productos por su denominación geográfica y fomenta una comercialización a un turista especializado. |
| Paiva <i>et al.</i> | 2019 | Brasil | La cocina como patrimonio local y recurso turístico. | |
| Ashok | 2019 | India | Cocina local-una herramienta para promover un destino. | Promocionar la cocina tradicional para captar un mayor número de visitantes en un lugar determinado. |
| Stankov <i>et al.</i> | 2019 | Bulgaria | Alimentos tradicionales búlgaros en el sector de Horeca como factor de elección para el destino turístico. | El marketing es cambiante y la cultura es un tema determinante en el turismo, la cocina tradicional logra integrarse a la búsqueda de los turistas. |
| Ermolaev <i>et al.</i> | 2019 | Rusia | El queso como recurso turístico en Rusia: el primer informe y su relevancia para la sostenibilidad. | Los productos locales como recurso turístico contribuye a la sostenibilidad y apoyo a |

| | | | | |
|--------------------------------|------|-------------------|---|--|
| Rodríguez <i>et al.</i> | 2020 | Colombia | Satisfacción gastronómica del turista: estudio empírico en la ciudad creativa de Popayán, Colombia. | la comunidades rurales. Metodología para determinar el grado de éxito en el consumo de los visitantes y su experiencia. |
| Chauhan | 2020 | India | Importancia del turismo gastronómico. Haciendo del destino Jaunsar-Bawar una marca. | Promover la cocina local de una comunidad, fomenta su desarrollo integral. |
| Kowalczyk y Kubal-Czerwińska | 2020 | Polonia | Cocina tradicional y regional en el espacio urbano. | |
| Heldak <i>et al.</i> | 2020 | Turquía y Polonia | Percepción de los visitantes hacia los productos tradicionales y regionales en Trabzon (Turquía) y Podhale (Polonia). | Los productos locales o regionales son un factor para los turistas en la elección de ciudades por visitar. |
| Niebala <i>et al.</i> | 2020 | Polonia | Vinculación de la cocina tradicional y el turismo. El mejor puerco de Wielkopolska-Rutas de turismo culinario: caso de estudio. | Los productos locales autóctonos permite a los productores un desarrollo económico y sostenible. Turistas especializados visitan con mayor interés estos espacios. |
| Carrillo-Silvano <i>et al.</i> | 2020 | México | Diagnóstico culinario de las cocinas tradicionales en el estado de Hidalgo. | Catálogo de productos culinarios del estado de Hidalgo. |
| Hodžić <i>et al.</i> | 2020 | Croacia | El potencial financiero de la gastronomía para el desarrollo turístico en Croacia. | |
| Kukanja y Pestek | 2020 | Eslovenia | Desarrollo de la gastronomía de Eslovenia. De la comida campesina a la gastronomía de la región europea 2021. | |
| Vuksanovic y Demirović | 2020 | Serbia | Imagen de la cocina local como parte de la oferta turística. | |
| Lin <i>et al.</i> | 2021 | España | Gastronomía como señal de identidad y patrimonio cultural de los destinos turísticos: análisis bibliométrico 2001-2020 | Muestra el crecimiento de interés por el estudio del patrimonio gastronómico (publicaciones) y las particularidades que resaltan en las regiones. |

Fuente: Elaboración propia

La cocina tradicional diversifica la parte turística y destacan múltiples beneficios a la sociedad. Permite la captación de consumidores nacionales e internacionales a través de la difusión de productos, establecimientos, eventos, entre otros. Los

turistas realizan viajes para vivir la experiencia cultural, convivir en los espacios y consumir los alimentos locales.

La biodiversidad es un factor importante en la cultura de las sociedades, por lo que agregar valor a los alimentos locales está en función de la zona geográfica, esto motiva a los productores a tener una mayor calidad de los productos, un precio justo de mercado, consumo responsable y cultura de compra para promover la sustentabilidad, lo que conlleva a la mejora de la calidad de vida de los productores.

El consumo diverso de productos naturales y frescos mejoran la salud de la sociedad. Lo anterior fortalecido con la integración de ingredientes fundamentales y funcionales, así como la preparación inocua, permite evitar enfermedades comunes en el mundo como la diabetes, hipertensión, entre otras.

Las investigaciones muestran la importancia de la cocina tradicional, que integra biodiversidad y cultura, el conocimiento milenario, la valoración de los alimentos y costumbres locales, lo que se refleja en el desarrollo integral de la sociedad. La divulgación científica se percibe en la generación de conciencia en la valoración biocultural.

1.4 Reflexiones finales

La alimentación es una actividad básica, que se comprende desde el inicio de la vida y de la cual ningún ser humano está exento; ha evolucionado adaptándose a las diferentes áreas geográficas del mundo y los intercambios culturales.

Para las primeras culturas los alimentos tienen conexión con sus dioses, esta cosmovisión permite la armonía entre el ser humano, los alimentos y el entorno. En la actualidad se percibe de manera similar. Sin embargo, la evolución y el interés del ser humano por innovar ha transformado al arte culinario, de ahí la importancia de las investigaciones multidisciplinarias sobre la cocina y el turismo.

Las nuevas tendencias de cocina muestran trabajos de investigación sobre la parte práctica, cuyo propósito es la presentación de los platillos, resaltar y generar sabores y alimentos habituales. La revolución industrial alimentaria ha mostrado un efecto no deseable en la salud del ser humano, lo que invita a reflexionar sobre las prácticas alimentarias actuales, resaltando que la alimentación del pasado, aparte de generar bienestar en la salud por su diversidad y naturaleza, valora la identidad cultural de los pueblos, se adapta a las condiciones de las regiones, lo que conlleva a realizar un intercambio cultural del patrimonio culinario de cada espacio visitado, buscando conexión armoniosa con la naturaleza y sus raíces (Figura 7).

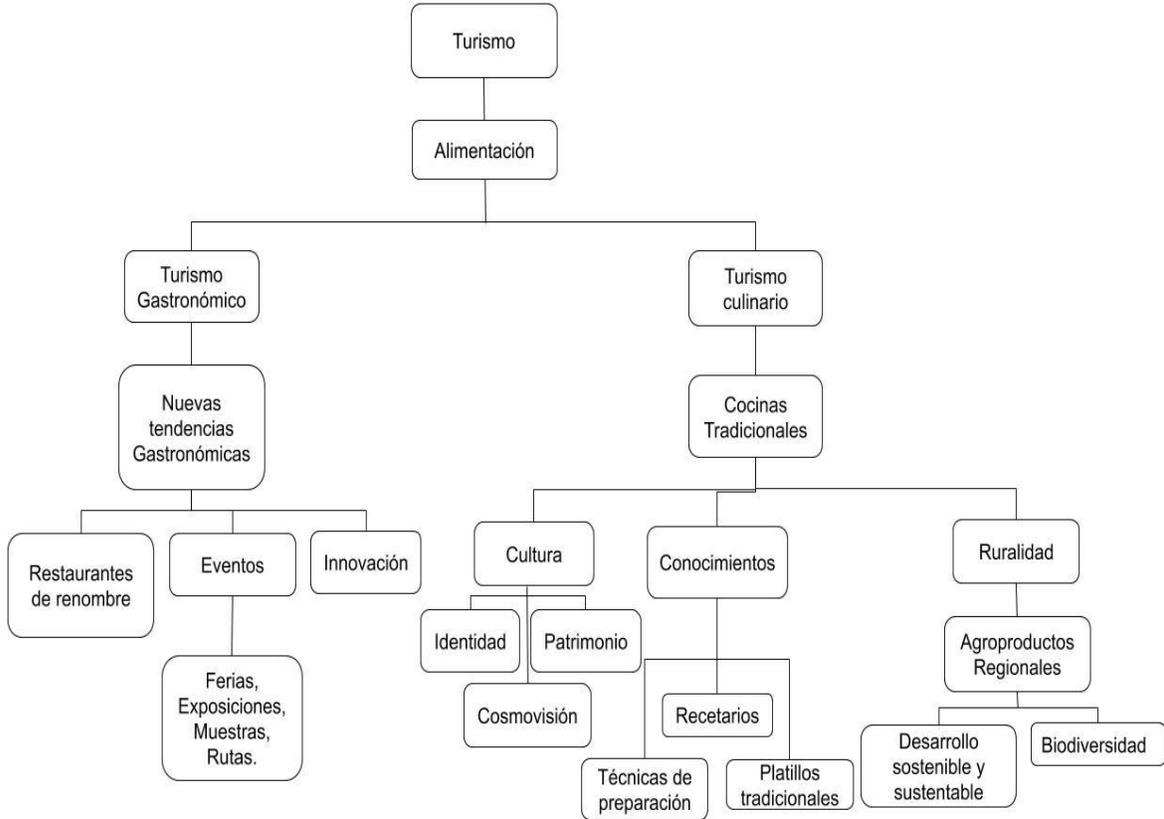


Figura 6. Mapa conceptual de turismo alimentario.

Existe mayor interés por parte de los gobiernos por desarrollar la actividad turística en las zonas alejadas del turismo de masas, lo que permite resaltar la identidad cultural de sus pueblos. La comida al ser un elemento social permite la cercanía

para aprender usos, ideas y costumbres de las comunidades. En México, su abundante biodiversidad, culturas, fiestas y costumbres, resalta la cocina tradicional de sus pueblos y de sus elementos característicos.

Por lo que, la valorización de la cocina tradicional no debe ser visto como una moda gastronómica, sino como una actividad que genera la conexión con la identidad cultural de las comunidades y fomenta un desarrollo integral entre comunidades y el sector turístico; promoviendo las preparaciones y prácticas culinarias del pasado en un entorno paisajista actual.

LITERATURA CITADA

- Acle-Mena, R.S., J.Y., Santos-Díaz, y B. Herrera-López. 2020. La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México. *Revista De Investigación, Desarrollo E Innovación*. 10: 237-248.
- Alarcón C., S. M., y P.S. del Carpio O. 2017. Las mujeres de humo y la cocina tradicional en la región del Totonacapan. *Jóvenes en la ciencia Revista de divulgación científica* 3(2):1446–1450.
- Araujo V., N., J.A. Fraiz B. y L. Cardoso. 2019. La gastronomía como recurso de la experiencia turística de España. *Alimentação e Turismo: criatividade, experiência e patrimônio cultural* 101-122 pp.
- Ashok, M.B. 2019. Local cuisine - a tool to promote destination. *JETIR* 6 (1): 124:131
- Bañuelos, P. 2017. Maru Toledo y las mujeres del maíz. Recuperado de <http://lamascarada.com.mx/2017/07/18/maru-toledo-y-las-mujeres-del-maiz/> [2020]
- Benur, A.M. y B. Bramwel. 2015. Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism management* 50: 213-224.
- Bermúdez. S. 2005. Palabras iniciales. *In*. Pueblo de maíz. La cocina ancestral de México. El expediente de la UNESCO. Patrimonio y cultura. CONACULTA ed. 129-132 pp.
- Bessiere, J. y L. Tibere. 2013. Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces. *Perspective. Journal of the Science of Food and Agriculture*. 93: 3420-3425
- Binz, P. y S.M. Caixas C. 2019. Gestión de la gastronomía sustentable Prácticas del sector de alimentos y bebidas en hospedajes. *Estudios y perspectivas del turismo* 28:507-525.

- Buitrago B., S. y D.A., Chitiva S. 2017. La gastronomía sostenible como factor de mejoramiento de la cadena de suministro del sector gastronómico en Bogotá, Colombia. Facultad de Finanzas, Gobierno y Relaciones Internacionales. 36 pp.
- Cavicchi, A. y K. Ciampi S. 2016. Food and gastronomy as elements of regional innovation strategies. European commission. 41 pp.
- Chauhan, H. 2020. Importance of gastronomy tourism in making Jaunsar Bawar a destination brand. UGC care journal 43 (3): 57-65.
- Chávez, A. 2017. Sotero. Cocina de oficio. Recuperado de: <https://sotero.com.mx/>. <https://sotero.com.mx/>. [2020]
- Collin, L y J.A. Cano. 2016. La pluractividad: Evidencia de estrategia local ante la exclusión. Scripta ethnologica. 38:25-52 pp.
- Cvijanović, D., A. Vujko, and T.Gajić. 2018. Traditional food as a condition for the development of rural tourism. Knowledge-International Journal 22, 19–24.
- De Sousa O., L., y H.C. de Almeida K. 2015. Considerações sobre o Turismo Gastronômico na Amazônia : o caso do roteiro gastronômico Expedição Amazônia no estado do Pará. Caderno de Estudos e Pesquisas do Turismo 4, 121–138.
- Flores, S y C. Andrew. 2013. Perfil del turista nacional que consume alimentos durante la semana santa en Mazatlán, Sinaloa. Teoría y praxis 13: 59-81.
- Hall, C. M., L. Sharples, R. Mitchell. N. Macionis. and B. Cambourne. 2003. Food tourism around the world. In: Food Tourism Around The World. Colin M., Hall., L. Sharples, N. Macionis and B. Cambourne (eds). Butterworth-Heinemann (Ed).United States. 390 p.
- Haven-Tang, C., y E. Jones. 2005. Using Local Food and Drink to Differentiate Tourism Destinations Through a Sense of Place. A story from Wales- Dining at Monmouthshire's Great Table. Journal of culinary Science & Tecnology. 4: 69- 86.
- Hernández-Mogollón, J.M., E. Di-Clemente. y T. López-Guzmán. 2015. El turismo gastronomico como experiencia cultural. El caso practico de la ciudad de Caceres (España). Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles 68:407–428.
- Holguín C., M. G. 2017. Progressive Indian Cuisine The Chatpata Experience. Cultura & gastronomía de la India. Universidad san francisco de quito. Ecuador. pp. 87.
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. 2018. México ya tiene 16 Denominaciones de Origen. Recuperado de: <https://www.gob.mx/imp/ articulos/mexico-ya-tiene-16-denominaciones-de-origen?idiom=es#:~:text=Yahualica%20se%20suma%20as%C3%AD%20a,Estado%20de%20Morelos%20y%20Cacao.> [2020]
- Lauría, A.H., y F. Ciarlotti. 2009. Cocina ayurvédica. Ayurveda universidad Maimónides. pp: 39.
- Lee. S. 2017. A study on traditional market decline and revitalization in Korea-Improving the Iksan Jungang traditional market. Journal of Asian architecture and building engineering. 16(3): 455-462 p.

- Long T., J. 2010. Invenciones e innovaciones. La evaluación de la tecnología alimentaria mesoamericana. *Investigación y ciencia*. 18: 4-9.
- Maldonado, A. 2019. Sabores de Nayarit. Recuperado de: <https://saboresdenayarit.com/> [2020]
- Marín M., G. A., M.C. Álvarez U. y J. Rosique G. 2004. Cultura alimentaria en el municipio de Acandí. *Boletín de Antropología Universidad de Antioquia, Medellín*. 18 (35). 51-72 pp.
- Mascarenhas, R., y J. Gândara. 2010. Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19: 776–791.
- Masu, I. 2016. Traditional Dietary Cultures of the Japanese. Magazine house (ed). Committee (Ed). Japan. Ministry of agriculture, forestry and fisheries. pp:36.
- Meléndez T., J.M., y G.M. Cañez F. 2009. La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México. *Estudios Sociales* 17: 181-204
- Mendoza, V. (2020). 100 mujeres más poderosas de México 2020. *Forbes México*. pp: 28–48.
- Millán V.T, G., E.J., Morales-Fernández, y L.M., Pérez N. 2012. Análisis del turismo gastronómico en la provincia de Córdoba. *Tourism & Management Studies*. 8: 78-87.
- Miranda R., G., B. Quintero S., B. Ramos R., y H.A. Olgúin-Arredondo. 2011. La recolección de insectos con fines alimenticios en la zona turística de Otumba y Teotihuacán, estado de México. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural* 9(1), 67–80.
- Nistoreanu, P., M.R. Dorobantu, and G. Gheorghe. 2013. Traditional cuisine , a major factor to help promote Romanian sustainable tourism. *Polish Journal of Commodity Science* 3: 24-31.
- Ojeda, L., y C.A. Dávila. 2015. La cocina tradicional indígena de Michoacán. *Diálogo* 18(1): 47-66.
- Okumus, B., F. Okumus, and B. McKercher. 2007. Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management* 28 (1): 253–261.
- Oliveira, S. 2007. La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada – Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 16(3):261-280.
- Oliveira, S. 2011. La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. El Turismo gastronómico en Mealhada - Portugal. *Estudios y prespectivas en turismo* 20: 738–752.
- Olvera, E. 2019. Enrique Olvera. Recuperado de: <https://enriqueolvera.com/> [2020]

- Organización Mundial de Turismo. 2019. Panorama OMT del turismo internacional Edición 2019. Panorama OMT del turismo internacional Edición 2019. pp: 1–24.
- Poblete, C. 2017. Celebrar nuestras raíces: la cocina mexicana. *In*. Grandes chefs mexicanos. Celebrando nuestras raíces. García, T. Larousse ed. México. 303 pp.
- Ramírez, C. 2017. El Bajío Cocina mexicana. recuperado de: <https://www.restauranteelbajo.com.mx/> [2020]
- Reyes-May, O.M., J.C. Rodríguez-Cih, M.A. Kantún-Ramírez, y W.A. Alonzo-Baez. 2017. Cocineras tradicionales de Yucatán: sustentabilidad y legado del Mayab. Universidad Tecnológica del Poniente, México. pp: 106–114.
- Reyes U., A.C., E.A. Guerra A., y J.M. Quintero V. 2017b. Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad* 32: 1–22.
- Ridvan, H. y N. Karakas. 2013. Creating a sustainable gastronomic destination: the case of Cittaslow Gokceada-Turkey. *American International journal of contemporary research*. 3 (3): 91-100.
- Rodríguez-Gutiérrez, P., F. González S.C., L.S. Pemberthy G., y T. López-Guzmán. 2020. Satisfacción gastronómica del turista: estudio empírico en la ciudad creativa de Popayán, Colombia. *Journal of Ethnic Foods*. pp: 1–12.
- Ruiz, A. 2017. Casa Oaxaca. Recuperado de: <https://www.casaoaxacaelrestaurante.com/php/spa/index.php>. [2020]
- Schlüter, Regina G. y D. Thiel E. 2008. Gastronomía y turismo en Argentina. *Polo gastronómico Tomás Jofré. PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural* 6(2):249–268
- SECTUR. 2016. Gastronomía, pilar del patrimonio cultural y la economía mexicana. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/gastronomia-pilar-del-patrimonio-cultural-y-la-economia-mexicana-sectur>[2020]
- Sectur. 2019. El sector restauranero representa el 15.3 por ciento del PIB turístico en México. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/el-sector-restauranero-representa-el-15-3-por-ciento-del-pib-turistico-en-mexico>
- Sengel, T., A. Karagoz, G. Cetin, F.I. Dincer, S.M. Ertugal y M. Balik. 2015. Tourists' Approach to Local Food. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 195: 429-437.
- Sidali, K. 2011. A sideways look at farm tourism in Germany and in Italy. *In* Food, agriculture and tourism. Linking local gastronomy and rural tourism: Interdisciplinary perspectives. Sidali, K., A. Spiller y B. Schulze eds.: 2-24pp.

- Sosa A, L.I., y M.A. Silvestre C. 2017. Evaluación de la calidad de los servicios turísticos gastronómicos en los establecimientos de alimentos y bebidas de comida tradicional regional Colimota en Manzanillo, Colima. *El Periplo Sustentable* 35: 151–179.
- Stanley, J.y L. Stanley. 2015. Consumer Awareness of Food Tourism. *In: Food Tourism*. Wilford, S. (ed) London, United Kingdom. 241 p.
- Thomé-Ortiz, H., y D. de Jesús C. 2016. Traditional Mexican cuisine and tourism: New meanings of heritage cuisine and its sociocultural implications. *In Tourism & history world heritage - case studies of ibero-american space*. Henriques. C., M. Maria C. y P. Bittencourt C. eds. 502–521 pp.
- Thomé-Ortiz, H., M.C. Renard-Hubert, y D. Jesús Contreras. 2017. Turismo culinario y patrimonio histórico: La ruta de la sal prehispánica en Zapotitlán Salinas, Mexico. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 30: 72–84.
- Troncoso-Pantoja,C. 2019. Comidas tradicionales: un espacio para la alimentación saludable. *Perspectiva en nutricion humana* 21: 105-114.
- Millan, V. T. G.M., E.J. Morales F. y L.M. Pérez N. 2012. Análisis del turismo gastronómico en la provincia de córdoba. *Tourism & management studies* 8:78-87.
- Vargas, L.A. 2013. La alimentación en las Américas: un patrimonio más complejo de lo que se suele pensar. *Sociedad y ambiente*. 1(1):61-76 pp.
- Verardi F., M.A. 2003. Turismo rural y el empleo rural no agrícola: El caso de la Ruta Colonial de Dois Irmãos. Rio Grande do Sul – Brasil. *In: Revista Interforum*. Recuperado: http://infoandina.org/infoandina/sites/default/files/publication/files/turismo_rural_y_el_empleo_rural_no_agricola_RIMISP.pdf [2022]
- Vorasiha, E. 2018. The traveling route for gastronomic tourism via salt in western region of Thailand. *African journal of hospitality, tourism and leisure*. 7 (3): 9 pp.

CAPÍTULO II. LA COCINA TRADICIONAL EN EL TURISMO EN MÉXICO

2.1 Introducción

Rodríguez (1982) afirma que el ser humano se ha trasladado por el mundo desde el inicio de su historia, hasta llegar a su fase evolutiva donde logra aprender sobre la domesticación de plantas y animales, y los primeros métodos de conservación. Y consigue establecerse en un punto del mundo y desarrollarse como sociedad.

En la actualidad existe una mayor motivación por el consumo de productos alimenticios cuyos principales atractivos se conectan en un aspecto con la denominación de origen y la cultura que lo acompaña; y por otro, por algunas actividades que se realizan cuando los productos son elaborados (Arzeno y Troncoso, 2012).

Meléndez y Cañez (2009) mencionan que la cocina tradicional mexicana es base fundamental de la cultura de la sociedad, y de cómo el ser humano se relaciona con los recursos naturales y procesos biotecnológicos que se han llevado a cabo desde la época prehispánica y procesos tecnológicos nuevos que han cambiado la manera en que se cocina, se consiguen los productos y se comen los alimentos. Y es aquella donde se realizan saberes de procesos culinarios que forman parte de nuestra herencia cultural y que recreamos la esencia de un producto tratando de reconstruir paisajes vividos.

De acuerdo con Arancibia (2016) la protección de las denominaciones de origen constituye un reconocimiento a la existencia de ciertos productos que gozan de características propias, que los dotan de una calidad superior, las cuales son esencialmente atribuibles al lugar del que proceden, considerando tanto las particulares condiciones naturales presentes en ese lugar como la utilización de ciertas técnicas tradicionales de producción o extracción, constituye un reconocimiento a la existencia de ciertos productos que gozan de características propias.

El sistema de protección y reconocimiento de los productos agroalimentarios con valor agregado permite que estos se conozcan en el mundo como manifestaciones propias de un país y México ya cuenta con 16. Cuando un producto cuenta con denominación de origen, su calidad está certificada y puede comercializarse mejor que otros similares. La denominación de origen promueve la formación y la conservación de los recursos locales, ayuda al desarrollo de tecnologías viables para la producción sustentable y genera capital humano capacitado en la elaboración de productos calificados, que a su vez enseñará las técnicas a las nuevas generaciones (IMPI, 2018).

En México, el rescate y valorización del conocimiento local sobre la vida silvestre y el entorno natural (paisaje, hábitat y especies) es importante debido a que cerca de 80 % de México se encuentra bajo algún tipo de manejo por parte de las comunidades rurales (Sarukhán *et al.*, 2017).

El turismo rural puede convertirse en una herramienta para solventar los principales problemas o desafíos que se presentan en las regiones. El cambio del papel económico y social de la tradicional función productora de alimentos de las zonas rurales, a través de una reestructuración de la estructura productiva, ofrece nuevas oportunidades laborales para la población. El turismo no sería la principal fuente de rentas de las zonas rurales, sino una contribución de ingresos complementarios para los habitantes de estas (Millán y Agudo, 2010).

El turismo rural incorpora a la agricultura los conceptos de estabilidad, resiliencia y adaptabilidad, además de los vigentes sobre productividad, eficiencia y eficacia en la producción. Con el fin de mejorar el bienestar, la calidad de vida y mayores ingresos económicos para agricultores (Gutiérrez *et al.*, 2008).

Garduño *et al.* (2009) mencionan que el turismo rural ha propiciado la participación de las comunidades y ha otorgado algunos beneficios, pero no se puede dejar de lado que ha sido una medida arbitrada por los gobiernos, que en el caso de México son paliativos; que han adicionado otra actividad al campo con el objetivo

de aminorar el éxodo rural, no sólo a las áreas urbanas nacionales sino también al extranjero. Esta actividad parece convencer de sus virtudes de impulso económico a los pobladores del campo, sobre todo a los que se encuentran cerca de grandes urbes como las comunidades de San Jerónimo Acazulco y San Pedro Atlapulco, Ocoyoacac, Estado de México y San Cristóbal, Metztlán, Hidalgo, ya que es un atractivo para los ciudadanos el reencontrarse con paisajes rurales.

2.2 Revisión de literatura

En México el desarrollo de las diferentes regiones permitió una gran evolución en diversos aspectos como sus métodos agrícolas, inclusión de ingredientes foráneos y la implementación de nuevas técnicas gastronómicas que abonaron a la fusión de todos estos elementos, obteniendo como resultado la riqueza gastronómica con la que cuenta el país. Es por ello que la UNESCO nombra a la cocina tradicional mexicana patrimonio cultural inmaterial de la humanidad con el fin de proteger y preservar la identidad de la cocina local, las prácticas, los sabores, los platillos e ingredientes locales (UNESCO, 2010).

La cocina tradicional mexicana logra posicionarse como una de las más importantes del mundo (Thomé y de Jesús, 2016) y con ello obliga a la creación de políticas públicas para conservar los recursos que conforman su riqueza patrimonial y el desarrollo turístico en las regiones del país, fusionada por elementos como, diversidad de ingredientes, conocimientos, creencias, prácticas culinarias e identidad cultural, con estrecha relación. Estos elementos mezclados con la valorización de los recursos resultan en la cocina patrimonial. El gobierno difunde la cocina regional y sus elementos característicos, fomentando el turismo nacional e internacional, que permite desarrollo, construcción, apropiación y consumo de alimentos, satisfaciendo las demandas de los consumidores y creando nuevas políticas de acción en el marco social, político y estructuras económicas en nuevos proyectos de turismo.

Miranda *et al.* (2011) explican que el establecimiento de culturas mexicanas, así como al mestizaje culinario que trajo consigo la Conquista, resultó en la creación, de varias gastronomías mexicanas, caracterizadas por el uso de diversidad de ingredientes, considerados elementos gastronómicos exóticos, atractivos a los visitantes de nuestro país.

La comida tradicional mexicana es una proyección de la cultura del pueblo, representa un estilo de vida, usos y costumbres de sociedades, transformada en sus procesos de cocción, y logra adaptarse y ser referente mundial (Meléndez y Cañez, 2009).

Richards (2002) afirma que a medida que el número de sitios turísticos aumenta, las pequeñas ofertas evolucionan como una fuente de nuevas actividades para ofertar al turismo, donde la gastronomía juega un papel importante en la satisfacción de experiencias a los visitantes, no solo para satisfacer su necesidad básica de ingerir alimentos, si no expresar y transmitir la identidad de la cultura social en cada degustación.

La comida es un producto esencial para el ser humano, desde el proceso de ingesta hasta los procesos industriales mundiales, y las actividades que se derivan en la agricultura, venta y procesamiento de productos (Stanley y Stanley, 2015). El turismo gastronómico es uno de los nuevos productos turísticos que ha logrado mayor dimensión en los últimos tiempos, así como ha llamado la atención por parte de la comunicación social (Oliveira, 2011).

2.3 Materiales y Métodos

2.3.1. Ubicación de la región de estudio

México se localiza en el norte del continente americano, colinda al norte con Estados Unidos de América, y con Guatemala y Belice al sureste; con el Golfo de México y el Mar Caribe al este, y el Océano Pacífico al oeste. Cuenta con una

extensión territorial de 1 959 248 km². Se encuentra entre las latitudes 14° 32'27" y 32° 43'06" y las longitudes 86° 42'36" y 118° 27'24" (Figura 7). Cuenta con una superficie continental, marina e insular de 5,114,295 km² (SEMARNAT, 2017). Cuenta con diversos ecosistemas que presentan climas diferentes y en donde se concentra el 10 % de la biodiversidad mundial y forma parte de los países megadiversos (Rivera *et al.*, 2019).



Figura 7. Ubicación geográfica de México (Pixelmappgenerator, 2020).

El país está conformado por 32 entidades federativas y la ciudad de México como capital del país, y una población de 126,014,024 habitantes (INEGI, 2020). Es reconocido por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) por su diversidad de sitios naturales y culturales para su aprovechamiento turístico. Esto permite crear actividades para satisfacer las necesidades de los visitantes como ecoturismo, el turismo de aventura, turismo rural, gastronómico, académico, entre otros, que contribuyen al desarrollo integral.

2.3.2. Instrumentos cuantitativos y cualitativos del trabajo

El desarrollo de este trabajo considera una metodología mixta, una primera fase de tipo cuantitativo y se fortalece por un análisis cualitativo, con el objetivo de reconocer y validar la importancia de la cocina tradicional. Se realizan dos etapas:

la primera considera un análisis documental detallado y la segunda una etapa de campo (Sosa-Sosa y Thomé-Ortiz, 2020).

En la fase documental se realiza un análisis de la importancia de la cocina tradicional en México en artículos publicados en medios digitales, en buscadores como Google scholar, Redalyc, SciELO, redes sociales, libros, revistas en formato físico y digital; de los actores principales como chefs, cocineras tradicionales e investigadores. Los actores principales que se seleccionaron fueron aquellas personas cuyos trabajos fomentan el conocimiento, promoción y divulgación de la cocina tradicional mexicana.

Al concluir la selección se realizó una agenda preliminar de los actores con apoyo del software Excel, donde se anotan datos personales: Nombre, Estado donde radica, área en la que se desempeña y medios de contacto (número de teléfono, Facebook, Instagram, Twitter y sitios web).

Se crea una entrevista estructurada de dieciséis preguntas, considerando variables como conocimiento, difusión y promoción. El objetivo es conocer su opinión acerca de la importancia de la cocina tradicional, sus trabajos y su impacto económico en el turismo. Se consideran preguntas de control para evaluar que no existan inconsistencias en las respuestas.

Al aprobarse el guion de entrevista se procede a la comunicación por diferentes medios obteniendo respuestas positivas, negativas y en algunos casos no se logra obtener una respuesta, esto debido a la reactivación económica de las actividades gastronómicas, que impiden tener un espacio para tener una entrevista, en otros casos las limitantes tecnológicas como la falta de red (Teléfono o Wifi) en las comunidades en las que habitan.

Entendiendo la problemática se realiza una metodología de población infinita considerando obtener la mayor cantidad de entrevistas posibles a los diferentes actores de la cocina tradicional. Para posteriormente realizar un análisis por medio del software NVivo, para conocer la frecuencia de las frases en las respuestas entre los diversos actores y su área de conocimiento.

Por otra parte, el instrumento cuantitativo fue una encuesta a una muestra de población infinita vía digital, utilizando Google formularios, con diversos tipos de preguntas, abiertas, de opción múltiple y escala de Likert. Lo que permite hacer un análisis de cuatro variables: Información, conocimientos, consumo, promoción/difusión y vínculo de la cocina y el turismo. Lo que permite conocer la opinión de los turistas acerca de la cocina tradicional desde sus motivaciones y experiencias de viaje (Guzmán-Sala y Mayo, 2016; Acle-Mena *et al.*, 2020).

Para poner en contexto a los respondientes se realizó un video con una duración de dos minutos treinta segundos, para la edición de este video se utiliza el programa Wondershare Filmora X, una vez concluido, se realiza un grupo focal con conocimientos culinarios para que lo evalúen y se integren las observaciones finales.

Aprobado el video se ingresa en la encuesta y se realiza un pilotaje a treinta personas para evaluar el instrumento, se integran los comentarios considerados pertinentes, y se distribuye la encuesta por medio de redes sociales, por un periodo de tres semanas.

Las respuestas de la encuesta fueron revisadas y se eliminaron aquellas incompletas y con información inadecuada para este estudio.

2.4 Resultados

La cocina tradicional es el arte de transformar los productos locales, con instrumentos y procesos tradicionales que pasan a través de generaciones por tradición oral. Es el reflejo de una sociedad, de su cosmovisión, cultura, historia, que permite diferenciarnos entre los países, Estados y municipios.

La cocina tradicional es tan importante no solo para la sociedad en la que se practica, actualmente diversos países difunden y promocionan esta actividad y resaltan a nivel mundial como Francia, Italia, China, Japón, Tailandia, Turquía, Colombia, Perú, Brasil, Argentina y por supuesto México. Países que atraen a

gran parte del turismo a nivel mundial a vivir la experiencia de conocer lo que engloba los alimentos.

En el caso de México, su historia y tradición alimentaria no se queda atrás, en la cocina nos encontramos con diferentes tiempos y con ellos transiciones en la que el ser humano se ha adaptado, lo que ha enriquecido la cultura alimentaria de las diferentes culturas.

La cocina tradicional es una actividad que une la familia marcada por roles, en donde encontramos a los hombres en la caza, o pesca de animales, en el trabajo de campo para obtener la materia prima, misma que en manos de mujeres, hijas y hombres se convierte en alimentos, a través de conocimientos empíricos como encender el fuego, utilizar un fogón, diferentes instrumentos, técnicas de cocción, recolección y reconocimiento de los productos. Con el fin de satisfacer la necesidad básica de la alimentación y que permite mantener a la familia unida y compartir el momento de reunión familiar. Convirtiendo así a la cocina, en el centro de todo un hogar.

Sin embargo, en los últimos años la cocina tradicional ha logrado evolucionar, el trabajo por sentirse orgulloso de su identidad y proyectarla al mundo por diferentes trabajos que se realizan tanto teóricos como prácticos, motivan a las nuevas generaciones a aprender las técnicas heredadas y logran entender su espacio y su historia, y nos lleva a replicar y salvaguardar estos platillos y en este mismo sentido darle su toque especial, pero siempre respetando y valorando su tradición y sus ingredientes.

Y es que la cocina tradicional resalta en todas partes de la República Mexicana, desde el norte hasta el sur, en los diferentes Estados, temporadas del año y en diferentes festividades.

La cocina mexicana es tan diversa, basta, accesible, fascinante y tan sencilla como compleja. Al grado que hemos limitado un término plural en tan solo “La cocina tradicional mexicana”.

Cuadro 2. Actores principales de cocina tradicional mexicana entrevistados.

Fuente: Elaboración propia.

| Actores principales | Área de conocimiento | Estado |
|-----------------------------------|---|-----------------------|
| 1 Irad SantaCruz | Investigador culinario | Tlaxcala |
| 2 Maru Toledo | Investigadora culinaria | Jalisco |
| 3 Gerardo Vázquez Lugo | Chef | Ciudad de México |
| 4 Aquiles Chávez | Chef | Hidalgo |
| 5 Betty Vázquez | Chef | Nayarit |
| 6 Celia Florián | Cocinera tradicional | Oaxaca |
| 7 Laura Elena Corona de la Peña | Dra. Historia y etnohistoria | Ciudad de México |
| 8 Rosalba Morales | Cocinera tradicional | Michoacán |
| 9 Griselda Tihui Campos Ortiz | Dra. Desarrollo y gestión intercultural | Ciudad de México |
| 10 Nidia Patricia Hernández Medel | Cocinera tradicional | Veracruz/ Los Tuxtlas |
| 11 Elvira Martínez Ramos | Cocinera tradicional | Zacatecas |
| 12 Juana Segovia | Cocinera tradicional | Campeche |
| 13 Lesternoon Sánchez Trinidad | Chef | Veracruz |
| 14 Martha Soledad Gómez Atzin | Cocinera tradicional | Veracruz |
| 15 Patricia Acevedo Pacheco | Cocinera tradicional | Guerrero |
| 16 Sarah Bak-Geller | Dra. Historia | Ciudad de México |
| 17 Porfiria Rodríguez Cadena | Cocinera tradicional | Hidalgo |
| 18 Sulema Vega | Chef/ Maestra | Zacatecas |
| 19 María de la Luz López Ramírez | Cocinera tradicional | Colima |
| 20 Salvador González | Chef | Veracruz |
| 21 Ricarda Jiménez | Cocinera tradicional | Chiapas |
| 22 Mayra Mariscal | Cocinera tradicional | Oaxaca |
| 23 Alma Carolina Núñez Pacheco | Cocinera tradicional | Guanajuato |
| 24 Alondra Maldonado | Chef | Nayarit |
| 25 Claudia Albertina Ruiz Sántiz | Chef | Chiapas |
| 26 Benedicta Alejo | Cocinera tradicional | Michoacán |
| 27 María de Lourdes Camarena | Cocinera tradicional | Guanajuato |
| 28 Marcia Annel García | Cocinera tradicional | Colima |
| 29 Victoria Contreras Coyota | Cocinera tradicional | Puebla |
| 30 Elisea Osorio | Cocinera tradicional | Tabasco |
| 31 Nely Córdova | Cocinera tradicional | Tabasco |
| 32 Roberto Buccio Peña | Chef/ Investigador Culinario | Hidalgo |

Además, pensar en la cocina como un resultado final, es minimizar una de las necesidades básicas del ser humano, e incluso es disociar todo el modelo cultural

de los ingredientes provenientes del campo, un tema tan importante, pero ignorado. Basta con decir, sin campo, no existe la alimentación.

Por lo que se reconoce las variantes de esta, encontramos alimentos diferentes por su ubicación geográfica, maneras en las que se preparan, los utensilios que se utilizan, sabores que resaltan e inclusive rituales, que, aunque se asemejan entre sí, se reconocen las diferentes preparaciones, por ejemplo, el mole, los tamales, antojitos y las diferentes bebidas como el atole, pozol, tejuino, entre otros.

Sin embargo, los entrevistados (Cuadro 2) afirman que la falta de reconocimiento y apoyo al sector rural da como resultado la pérdida de algunos productos, por la falta de conocimientos de la sociedad en su preparación, por el precio injusto que se paga a productores y por la denigración, marginación y racismo hacia los mismos. Visto de otra manera, el sentir vergüenza y tener una marcada idea clasista de los platillos que se preparan y confinando a algunos alimentos a solo ser de conocimiento de sus herederos.

En la actualidad, los diferentes problemas de salud que se presentan en la sociedad con base en la mala alimentación y el hartazgo de alimentos industrializados de fábricas o de las cadenas de comida rápida, llevan a buscar nuevamente en los productos locales, para una alimentación que cumpla con las nutrientes y que se apoye a las regiones locales.

Tras conocer las respuestas de los entrevistados se observa, que la práctica se refleja en interés por compartir conocimientos, divulgar sus tradiciones y promocionar la cocina tradicional mexicana y las personas que las trabajan como lo son chefs, cocineras tradicionales, investigadores demostrando así, la importancia de sus trabajos nacional e internacionalmente en conjunto de instituciones del sector público y privado de los diferentes Estados.

Esto nos lleva a entender que cada comunidad, ciudad y Estado, trabaja y cuenta con representantes de la cocina tradicional importantes. No obstante, algunos cuentan con apoyo y divulgación más importante y han logrado obtener un mayor reconocimiento en los diferentes niveles, por lo que Estados como Oaxaca,

Michoacán, Puebla, Veracruz y Yucatán, están en el conocimiento de la sociedad en general y de los turistas como grandes expositores de la cocina tradicional mexicana.

Esto no significa que el resto de los Estados tienen menos que mostrar, así Chiapas, Tlaxcala, Colima, Jalisco, Campeche, Nayarit, Estado de México o Hidalgo, entre otros, cuentan con un bagaje de alimentos tradicionales. Actualmente, existen embajadores de cocina tradicional, agrupaciones de cocina tradicional, y cocinas tradicionales que desde sus comunidades fomentan el desarrollo de la cocina local, estas acciones permiten su consolidación.

El crecimiento de la cocina tradicional mexicana ha sido paulatino, debido a que el sector turístico y cultural no han sabido valorar su importancia, aunado a la poca gestión de proyectos para realzar los alimentos tradicionales, y con ello poca participación de los actores principales de la cocina tradicional.

En cambio, los países con mayor desarrollo turístico ven el potencial que representan estos productos, e integran actividades en torno a ellos y se reconoce a los productores artesanales, por lo que obtienen beneficios al generar un valor agregado.

La difusión de la comida tradicional permite una visión más amplia de la variedad de los ingredientes de los platillos mexicanos, su proceso de transformación, y finalmente el éxito que se alcanza a través de los actores a nivel nacional e internacional, lo que permite diluir la percepción de los turistas que nos visitan, de que se cuenta con una variedad ilimitada de platillos. Así, el turista se permite descubrir sabores y aromas nuevos, y comparte su experiencia al estar presente en las cocinas de las comunidades y en algunos casos participar en su elaboración.

La cocina tradicional empieza a tomar mayor relevancia a nivel mundial. Y este término de tendencia gastronómica llama la atención de los investigadores del tema. Sin embargo, la cocina tradicional es algo más que un término, un tiempo o

una moda. La cocina tradicional persiste a través del tiempo, sigue viva y está presente en las comunidades, abriéndose a las nuevas generaciones.

Así, las reglas se vuelven más flexibles y cambiantes, al punto de permitirse interactuar. Se abre la posibilidad de acercarse a las señoras de las comunidades que hoy llamamos maestras cocineras tradicionales, que durante gran tiempo guardaban con recelo sus recetas, permitirnos aprender de ellas, no solo en el aspecto culinario, sino de sus historias de vida, experiencias, de sus actividades diarias. Algo que nutre, complementa y le da sentido a un platillo.

Este trabajo se realiza despacio, valorando a las mujeres y hombres de la cocina tradicional, los ingredientes del campo, la historia, la evolución, la biocultura. México es un país referente en el mundo, reconocido, admirado e incluso modelo de competencia para algunos otros.

Se empieza a borrar la visión distorsionada de que en México solo se consume tacos y cosas picantes, ya es uno de los países más reconocidos a nivel mundial en su cocina y ejemplo de países que buscan proyectar su cultura y su origen desde el ámbito alimenticio. Es motivo de viaje de los turistas visitar las ciudades y probar la diversidad de alimentos que la cocina mexicana ofrece.

Tal es el caso de platillos como moles, tamales, enchiladas, antojitos y guisos. Y en bebidas los atoles, pozol, tejuino y pulque. Algunos de ellos se encuentran en varios Estados, con ingredientes diferentes, lo que permite conocer los sabores locales.

Recientemente, varios Estados promueven y se benefician de su cocina tradicional, resaltando sus ingredientes, su gente, su cocina, a través de eventos como ferias, festivales, rutas agroalimentarias, exposiciones, congresos y muestras. Es una forma de atraer al turismo especializado y posiciona a las comunidades en el mapa de destinos turísticos por visitar.

En voz de los actores tradicionales entrevistados (Cuadro 2.) se reconoce que la gente que llega a las comunidades viene con una mentalidad abierta a probar

platillos que solo se elaboren en ese lugar (ya sea una cocina tradicional, mercado tradicional, restaurante o incluso en las cocinas de casa), escuchar las historias y anécdotas mientras se observa la preparación. Lo que lleva a conocer diferentes ingredientes y recetas más allá de los conocidos.

El turismo tradicional de sol y playa sigue siendo demandado; sin embargo, el turismo especializado tiene la motivación, de ser parte cada vez mayor del turismo. El visitar una comunidad, entender y respetar las tradiciones, conocer y convivir con los actores principales de la cocina tradicional no solo probando su comida, sino también su historia.

Las respuestas de las encuestas fueron depuradas para eliminar aquellas erróneas o no contestadas. Con lo que se determinan los patrones de respuestas, por ejemplo, el porcentaje mayor de respuestas fue de mujeres, la diversidad de platillos tradicionales que se conocen, los Estados que debido a su promoción son identificados como más sobresalientes en México, entre otros.

Las entrevistas de los actores principales permiten identificar las frases que definen la cocina tradicional mexicana y su enlace con el turismo.

El proceso de comunicación para las entrevistas fue principalmente por medio de la internet, a través de una búsqueda de chefs, investigadores y cocineras reconocidos por sus trabajos en cocina tradicional.

El primer grupo seleccionado para esta investigación aplicada fue de 54 actores principales (Cocineras tradicionales, chefs, académicos, entre otros.) con datos generales como: nombre, ocupación, estado en el que se ubica, correos de contacto, redes sociales, páginas web y número de teléfono. Para aumentar el número de participantes, se utiliza la técnica de muestreo no probabilística, el muestreo de referencia o bola de nieve, para alcanzar una agenda de 104 actores de la cocina tradicional mexicana.

Se logró la entrevista de 32 actores (cuadro. 2), dada la respuesta negativa por motivos de trabajo, falta de interés, y en otros casos por no contar con redes de

comunicación lo que complicó su participación, limitante que aún existe en las comunidades de México.

El discurso de estos actores muestra que no existe una limitante de género al expresarse de la cocina y sus participantes; aunque, de acuerdo con los proyectos desarrollados se observa una mayor participación de mujeres encargadas de emprendimientos de cocina tradicional y son mayormente reconocidas.

2.5 Conclusiones

La cocina tradicional en México en el turismo se encuentra más que presente, ya que el simple hecho de realizar la actividad primaria de alimentarse implica formar parte de ella y consumirla. Esto genera en el turismo motivación por vivir la experiencia ofertada. Como resultado, México forma parte de los países más importantes en el mundo en cuestión de alimentos y un ejemplo para países de América latina que promueven y fomentan su cocina.

El interés del turista por consumir los platillos locales es evidente, lo cual integra el conocer, descubrir y formar parte de las actividades, el trabajar con el fin de generar más información y colaborar permite que crezca la motivación por la atracción del turismo y ampliar el acervo.

El desarrollo del turismo rural beneficia directamente a las comunidades por medio de los proyectos y las actividades que se realizan; sin embargo, la cocina tradicional es aún una actividad en desarrollo, poco integrada en emprendimientos de turismo. Es un área de oportunidad con la colaboración de cocineras tradicionales, la inclusión o promoción de sus cocinas.

Las cocinas tradicionales permiten fortalecer el sector rural y desarrollar un turismo responsable, evitar la pérdida de ingredientes locales y de conocimientos ancestrales, el respeto a la cultura de las comunidades, valorar el trabajo de las

- Sonora, México. *Estudios Sociales* 17: 181–204.
- Millán V.T, M. G., y E.M. Agudo G.. 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, 91–112.
- Miranda R., G., B. Quintero S., B. Ramos R, y H.A. Olguín Arredondo. 2011. La recolección de insectos con fines alimenticios en la zona turística de Otumba y Teotihuacán, Estado de México. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 9(1), 81–100.
- Oliveira, S. 2011. La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. *El Turismo gastronómico en Mealhada - Portugal. Estudios y perspectivas en turismo* 20: 738–752.
- Richards, G. 2002. Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption. *Tourism and gastronomic*, 1–39.
- Rodríguez, M. 1982. *Teoría general del turismo*. SOUTH-WESTERN PUBLISHING CO. United States. pp: 83.
- Sarukhán, J., D. Ramirez, y W. Tobón. 2017. *Capital natural de México. Síntesis: evaluación del conocimiento y tendencias de cambio, perspectivas de sustentabilidad, capacidades humanas e institucionales*. Comisión nacional para el conocimiento y uso de la biodiversidad, México. 127 pp.
- Thomé-Ortiz, H., y D. de Jesús-Contreras. 2016. Traditional mexican cuisine and tourism: New meanings of heritage cuisine and its sociocultural implications. *In: Tourism & History. World heritage, Case studies of Ibero-American space*. C. Henriques, M. C. Moreira, & P. Bittencourt C. (eds.). Interdisciplinary Centre of Social Sciences – University of Minho. Portugal. pp. 502–521)
- UNESCO. 2010. *La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán*. Recuperado de: [https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400\[2020\]](https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400[2020])

CONCLUSIONES GENERALES

La cocina tradicional tiene un gran valor en la sociedad mexicana, la cual trasciende y se modifica para posicionarse en el mundo como una de las mejores. Por lo que la motivación a los turistas es importante, ya que se atraen visitantes, se genera una derrama económica en el país, y se permite la participación de las comunidades rurales.

El trabajo de los gastrónomos, cocineras tradicionales, investigadores culinarios y académicos por México y por el mundo, hace que se fortalezca y enriquezca la cocina nacional. Por lo que es necesario seguir fortaleciéndola desde diferentes disciplinas y conectar las diferentes directrices con las que convergen los alimentos y su importancia.

Es necesario resaltar la importancia del campo mexicano y apoyarlo por medio del consumo local en mercados tradicionales y a los pequeños productores, esto permite que los ingredientes de la cocina local sigan siendo parte del cultivo y no se olviden o se extinga.

En el caso de las cocineras tradicionales, es claro el trabajo que realizan y sus logros nacionales e internacionales con un apoyo escaso y no valorado, por lo que se debe reconocer su labor, valorar y respetar sus conocimientos, así como hacer un pago justo por lo que ofertan.

RECOMENDACIONES

En el caso de la región de las grandes montañas del estado de Veracruz, se debe tomar mayor interés por la cocina y con ello poder realizar trabajos específicos desde diferentes áreas, como pueden ser, recetarios de cocina tradicional, catálogo de ingredientes regionales, investigación histórica de los alimentos en la

región. Una campaña de marketing social, para reposicionar en el mercado agroalimentario los productos y alimentos del sector rural.

Además, vincular a las dependencias del sector público y privado para la realización de eventos de mayor calidad, intereses y frecuencia. Ya que los que se realizan son de interés público, pero existe escasez de información o se mezclan con otras actividades desvirtuando el objetivo principal.

Es importante que se fomenten la coordinación interinstitucional, la SADER, con la Secretaría de Cultura y Turismo, la Secretaría de Economía, la Secretaría de Educación Pública, la Secretaría de Salud para fortalecer la información favorable al consumo de comida regional, autóctona, sin conservantes, y trabajar en conjunto con el fin de vincular las actividades turísticas que se realizan y generar nuevos proyectos en estos mismos espacios para diversificar la oferta turística.