

Capítulo 12.

Turismo gastronómico y casos representativos

Adriana Milena Tejedor Rodríguez

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4637-8995>

Contacto: adriana.tejedor@unad.edu.co

Myriam Lucía Pineda González

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0633-8040>

Contacto: myriam.pineda@unad.edu.co

Gloria Nancy Duitama Castro

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9433-2337>

Contacto: gloria.duitama@unad.edu.co

Héctor Alfonso Martínez Avella

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5029-6861>

Contacto: hector.martinez@unad.edu.co



Resumen

Este capítulo aborda el turismo gastronómico y ejemplos representativos de esta industria. En la última década, esta modalidad ha destacado como una de las de mayor crecimiento y se ha consolidado como un elemento fundamental para el desarrollo local y la sostenibilidad de los destinos turísticos. Se examinan sus transformaciones en los ámbitos global y regional, así como las tendencias actuales, los casos relevantes y su influencia en la innovación y el desarrollo sostenible.

Mediante una revisión bibliográfica sistemática, realizada con RStudio y bases de datos indexadas, se identificaron patrones emergentes en la demanda turística, como la búsqueda de autenticidad, las experiencias inmersivas y la adopción de tecnologías innovadoras. Los resultados demuestran que el turismo gastronómico impulsa la economía local, contribuye a la preservación del patrimonio culinario y fomenta prácticas sostenibles.

Palabras clave: turismo, patrimonio cultural, turismo gastronómico, innovación, creatividad

Abstract

This chapter addresses gastronomic tourism and representative examples within this industry. Over the past decade, this form of tourism has emerged as one of the fastest-growing segments, consolidating its role as a fundamental element for local development and the sustainability of tourism destinations. It examines the transformations of gastronomic tourism in global and regional contexts, along with current trends, relevant cases and their influence on innovation and sustainable development.

Through a systematic bibliographic review conducted with RStudio and indexed databases, emerging patterns in tourist demand were identified, such as the search for authenticity, immersive experiences and the adoption of innovative technologies. The results demonstrate that gastronomic tourism drives the local economy, contributes to the preservation of culinary heritage and promotes sustainable practices.

Keywords: tourism, cultural heritage, gastronomic tourism, innovation, creativity

Introducción

El turismo gastronómico representa uno de los segmentos más dinámicos de la industria turística mundial, con un crecimiento sostenido y una transformación evidente en la manera en que los viajeros viven, disfrutan y valoran los destinos (Richards, 2021). Al 81 % de los viajeros les entusiasma probar la comida y la gastronomía locales, lo que evidencia la centralidad de la experiencia culinaria en las decisiones de viaje contemporáneas.

Esta modalidad turística trasciende el acto de alimentarse durante el viaje y se configura como una experiencia cultural integral que conecta a los visitantes con la historia, las tradiciones y la identidad de cada destino (Yentür y Demir, 2022). La gastronomía local actúa como un vehículo de comunicación cultural, al permitir a los visitantes acceder a narrativas territoriales complejas a través de sabores, técnicas culinarias y rituales alimentarios (Marele y Ghergheleş, 2024).

El contexto global actual presenta oportunidades y desafíos particulares para el turismo gastronómico. La pandemia de COVID-19 reconfiguró las preferencias turísticas y aceleró tendencias hacia experiencias más auténticas, locales y sostenibles (Gössling et al., 2020). Simultáneamente, el desarrollo global del turismo culinario ha demostrado que este constituye un segmento de mercado fundamental, con capacidad de contribuir al progreso sostenible cuando se diseña estratégicamente.

La digitalización y las nuevas tecnologías también han transformado las experiencias gastronómicas turísticas. Tecnologías como la IA, las experiencias de realidad expandida y las cartas digitales personalizadas según preferencias individuales transforman el arte culinario en una experiencia envolvente y crean nuevas posibilidades para la personalización y mejora de la experiencia turística.

El presente capítulo examina las transformaciones del turismo gastronómico desde una perspectiva integral, a partir del análisis de tendencias emergentes, casos representativos y sus implicaciones para el desarrollo sostenible y la innovación turística. El objetivo principal es proporcionar un marco analítico que permita comprender las dinámicas actuales del turismo gastronómico y sus potencialidades como motor de desarrollo territorial sostenible.

Fundamentación teórica

El turismo gastronómico se define como la modalidad turística en la que la gastronomía del destino constituye la principal motivación de viaje (Barzallo Neira y Pulido-Fernández, 2025). Aunque aparentemente simple, esta definición engloba un conjunto complejo de experiencias, desde la degustación de platos típicos hasta la participación en procesos productivos tradicionales, rutas enogastronómicas y eventos culinarios especializados.

La evolución conceptual del turismo gastronómico ha transitado de enfoques estrictamente comerciales hacia perspectivas más holísticas, que integran dimensiones culturales, ambientales y sociales. La gastronomía turística contemporánea se entiende como un sistema complejo que articula producción primaria, procesamiento, distribución, preparación y consumo, e involucra múltiples actores territoriales.

Tendencias recientes en el turismo gastronómico

Kuhn et al. (2024) destacan que la innovación en el sector turístico se ha intensificado considerablemente. Las tendencias del turismo gastronómico para el 2024 y el 2025 evidencian transformaciones significativas en los patrones de consumo de los viajeros, quienes buscan autenticidad y prefieren restaurantes que ofrezcan tanto platos típicos como experiencias locales genuinas. Esta búsqueda de autenticidad se manifiesta en múltiples dimensiones:

Experiencias inmersivas y participativas: Hernández Rojas y Dancausa Millán (2018) definen el turismo gastronómico como aquel en el que la motivación principal del desplazamiento es la alimentación y la práctica de actividades relacionadas con la gastronomía. Los talleres de cocina han aumentado su atractivo tanto para familias como para viajeros individuales. Estos encuentros constituyen una alternativa lúdica para establecer vínculos con otros turistas y conocer con mayor profundidad las raíces culinarias del lugar. Esta tendencia refleja un cambio hacia experiencias más activas y educativas.

Diversos estudios señalan que los viajeros actuales buscan experiencias en las que puedan sumergirse en la realidad cotidiana y cultural del destino, participando activamente en la vida local, en lugar de ser simples espectadores. Esta búsqueda de inmersión implica valorar un conjunto variado de elementos, como el contacto con los habitantes, el patrimonio histórico del territorio, los productos autóctonos, los implementos ancestrales, los métodos de preparación, así como los gustos, texturas y aromas propios del lugar.

El turismo experiencial, por ejemplo, promueve que los visitantes participen en actividades autóctonas, vivan costumbres y celebraciones, y exploren los aspectos sensoriales del destino, lo que favorece una conexión más profunda y auténtica con el entorno (López, 2024).

Las experiencias participativas trascienden el consumo gastronómico tradicional. Estos elementos facilitan la transición del turista de una posición contemplativa hacia una participación activa, se convierten en componentes esenciales en la búsqueda de experiencias auténticas y se consolidan como parte integral de la memoria vivencial del destino visitado.

Hall y Mitchell (2005) amplían esta perspectiva al señalar que el turismo gastronómico engloba excursiones a productores primarios y de procesamiento, celebraciones culinarias, casas de comida y espacios específicos para la degustación de alimentos.

Por último, los hallazgos de Mogollón et al. (2015) revelan que la inmersión cultural a través de la gastronomía se convierte en un vehículo de transmisión cultural. El patrimonio gastronómico opera como un factor identitario que estimula el crecimiento cultural y fortalece las expresiones sociales de una sociedad, por lo que resulta crucial transmitir estos conocimientos a las generaciones actuales y futuras para generar dinámicas de integración cultural.

Esta perspectiva educativa transforma al turista de consumidor pasivo en participante activo en la preservación del patrimonio culinario local.

Turismo gastronómico de lujo: Los turistas atraídos por esta corriente suelen situar la gastronomía como eje central de su experiencia de viaje: buscan degustar preparaciones exclusivas, conocer la cultura a través de los alimentos y vivir alternativas innovadoras. El segmento premium del turismo gastronómico muestra un dinamismo particular, con viajeros dispuestos a invertir considerablemente en experiencias culinarias exclusivas.

Reyes Uribe et al. (2017) explican que este perfil de turista gastronómico evidencia características de comportamiento distintivas, que trascienden el consumo alimentario básico. Este segmento turístico posee gran poder adquisitivo e interés por la cultura local, lo que genera oportunidades económicas significativas para los destinos.

Según Nieto Mejía (2020), se calcula que más de un tercio del gasto turístico se destina a gastronomía y alimentación, lo que confirma el impacto económico directo de esta modalidad turística. La motivación experiencial predomina sobre la mera alimentación e impulsa la búsqueda de experiencias únicas y personalizadas, capaces de conectar emocionalmente al visitante con la identidad cultural del destino.

La sofisticación del mercado gastronómico premium ha evolucionado hacia la creación de ecosistemas culinarios integrados, que combinan exclusividad, autenticidad y valor cultural. El FOMO² es un gran motivador para muchos turistas que no quieren quedar fuera del momento cultural; por ello, suelen reservar con antelación y están dispuestos a soportar largas filas para acceder a un lugar popular o de moda (Cerezo-Medina, 2020).

Este fenómeno social impulsa la demanda de experiencias gastronómicas selectas, en las que la cocina tradicional y la elaboración de productos vitivinícolas constituyen aspectos intrínsecos de la herencia y la identidad nacional, y posicionan la gastronomía como eje central de su proyección internacional (Mogollón et al., 2015).

² FOMO es el acrónimo en inglés de *Fear of Missing Out*, traducido al español como “miedo a perderse algo”; se refiere a la tensión o el desasosiego que experimenta una persona cuando cree que otros viven experiencias satisfactorias, interesantes o valiosas de las que no forma parte.

La disposición a invertir recursos significativos en estas experiencias refleja un cambio paradigmático, en el que la gastronomía trasciende su función nutricional para convertirse en un vehículo de estatus social y enriquecimiento cultural.

Integración tecnológica: Las tendencias gastronómicas para el 2025 incorporan tecnologías emergentes que están transformando las experiencias culinarias (Yıkımsı et al., 2024). En esta línea, Della Penna (2025) plantea que las redes sociales, la inteligencia artificial y los eventos presenciales ocuparán un lugar central en dichas tendencias.

Descubrir sabores únicos y tradiciones culinarias constituye otra de las metas principales; así, disfrutar de un menú degustación, recorrer puestos de comida callejera, hacer un curso de cocina o vivir diversas aventuras culinarias formará parte de las experiencias gastronómicas mediadas tecnológicamente.

La transformación digital constituye uno de los motores de este cambio. Sus aplicaciones más frecuentes abarcan la mejora de procesos como el control de inventarios, el diseño de cartas y la administración de reservas. Los sistemas inteligentes también pueden emplearse para enriquecer la experiencia del consumidor mediante recomendaciones personalizadas de comidas y bebidas (Team CIB, 2025).

La encuesta del Deloitte Consumer Industry Center sobre el estado de la IA en restaurantes encontró que los casos de uso de IA en experiencia del cliente y gestión de inventarios ya generan valor económico (Deloitte, 2025).

Por ejemplo, restaurantes como Eleven Madison Park usan tecnología avanzada para registrar preferencias y mejorar la experiencia gastronómica, mientras que la automatización en la cocina permite garantizar la consistencia y la calidad de los platos servidos. Estas innovaciones transforman la manera en que los turistas interactúan con la gastronomía local y facilitan el acceso a sabores auténticos a través de medios digitales.

Además, las experiencias gastronómicas se enriquecen con la implementación de herramientas tecnológicas como la IA, la nanogastronomía³ y las plataformas digitales, que optimizan procesos que van desde la gestión del inventario hasta la adaptación de menús en tiempo real.

El mercado de tecnología para restaurantes muestra un crecimiento constante, con una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 16.39 %, según Business Research Insights (2026). La IA también contribuye a la sostenibilidad al predecir la demanda y minimizar desperdicios, mientras que, como señalan Singh et al. (2017), la nanotecnología

³ La nanogastronomía es la aplicación de nanotecnología en la industria alimentaria para manipular y modificar la materia a escala nanométrica; un nanómetro equivale a la milmillonésima parte de un metro. Esto permite crear nuevos ingredientes y productos con propiedades mejoradas, como alimentos más nutritivos, con texturas y sabores optimizados o con mayor vida útil.

logía proporciona una gama de opciones para optimizar la calidad de los productos alimentarios y mejorar su sabor.

Los materiales nanoestructurados se utilizan para encapsular componentes alimentarios, lo que favorece su solubilidad, biodisponibilidad y velocidad de entrega (Jagtiani, 2022). Así, las experiencias culinarias mediadas tecnológicamente ofrecen una combinación de tradición, innovación y personalización que redefine el turismo gastronómico en esta nueva era.

Sostenibilidad y responsabilidad: La conciencia ambiental ha permeado el turismo gastronómico, lo que ha generado demanda de experiencias que integren prácticas sostenibles, productos locales y comercio justo. Los turistas gastronómicos contemporáneos valoran tanto la calidad sensorial de la experiencia como su impacto social y ambiental.

En el 2025, el tema “Semillas locales, comidas locales” desafía a chefs, viajeros y amantes de la comida a ir más allá del concepto de la granja a la mesa y a acoger el ciclo completo de los sistemas alimentarios locales, desde la preservación de productos autóctonos hasta las tradiciones culinarias basadas en la comunidad (Finn Partners, 2025).

UN Tourism (2025) reconoce que las prácticas gastronómicas ecorresponsables pueden cumplir un rol determinante en el avance sustentable, al fomentar la evolución del sector agrícola, la seguridad alimentaria, los valores nutricionales, la producción responsable de alimentos y el cuidado de la biodiversidad.

La implementación de modelos de economía circular en el sector gastronómico transforma las prácticas operativas tradicionales. Estudios recientes demuestran que los restaurantes pueden adoptar un diseño sistémico que elimine residuos y mantenga los materiales en circulación, lo que define el concepto de “restaurante circular” (Renfors y Wendt, 2024).

Las organizaciones turísticas cuentan con oportunidades significativas para mejorar la eficiencia empresarial y reducir costos operativos mediante la reducción de desperdicios alimentarios, al tiempo que disminuyen sus impactos ambientales, incluida la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero como medida de actuación frente al cambio climático (One Planet Network, s. f.).

El turismo gastronómico sostenible emerge como catalizador del desarrollo local y la preservación cultural. UN Tourism (2025) reconoce que, al integrar sistemas agroalimentarios locales en el turismo, se puede impulsar un crecimiento económico inclusivo y apoyar a los pequeños agricultores, mientras se salvaguardan el patrimonio cultural y los ecosistemas frágiles.

Los festivales gastronómicos confirman que la sostenibilidad social y la ambiental son dimensiones simbióticas, por lo que su influencia mutua y su interacción deben consi-

derarse en la planificación de eventos turísticos alimentarios duraderos y sostenibles. Esta aproximación holística posiciona a los agricultores no solo como proveedores, sino como embajadores culturales y guardianes de ecosistemas frágiles, y promueve alimentos saludables y de origen local que apoyan tanto el bienestar como la resiliencia de viajeros y comunidades anfitrionas (Travel and Tour World, 2025).

Dimensiones del desarrollo sostenible en el turismo gastronómico

El turismo centrado en experiencias gastronómicas se ha posicionado como una herramienta esencial para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos, pues busca equilibrar la satisfacción de los visitantes con la protección del entorno, el desarrollo económico comunitario y la conservación del patrimonio tradicional.

Según Vásquez Farfán et al. (2025), las estrategias sustentables en este campo promueven la valoración de la identidad cultural y alientan la innovación culinaria, al tiempo que enfrentan desafíos como la sostenibilidad ecológica y comunitaria, la competitividad mundial y la adaptación estructural. Este enfoque integral contribuye a diversificar la oferta turística y fortalecer las comunidades locales, haciendo del turismo gastronómico un motor importante para el desarrollo sustentable.

Dimensión económica: el turismo gastronómico genera impactos económicos directos, indirectos e inducidos en los territorios. El gasto de los turistas gastronómicos tiende a ser superior al promedio, con mayor propensión al consumo local.

La cadena de valor gastronómica turística involucra productores primarios, procesadores, distribuidores, restauradores y prestadores de servicios complementarios, lo que multiplica los efectos económicos territoriales. Además, fomenta el emprendimiento local y puede diversificar las fuentes de ingreso rural, favoreciendo la resiliencia económica de las comunidades.

Dimensión social: la gastronomía turística contribuye a la valoración de conocimientos tradicionales, fortalece la identidad cultural local y genera oportunidades de empleo, especialmente para mujeres y jóvenes. La transmisión intergeneracional de saberes culinarios se consolida a través del turismo como un mecanismo efectivo para su preservación y renovación. Asimismo, la gastronomía fomenta la cohesión social mediante eventos festivos, mercados y celebraciones que integran a la comunidad y a los visitantes, promoviendo la inclusión y el sentido de pertenencia.

Dimensión ambiental: el turismo gastronómico sostenible fomenta la conservación de variedades autóctonas, sistemas productivos tradicionales y paisajes culturales, al tiempo que impulsa la demanda de productos locales y orgánicos, incentivando prácticas agrícolas responsables y la protección de los ecosistemas (Sims, 2009). Asimismo, puede promover la adopción de tecnologías limpias y prácticas de gestión ambiental

sostenible en toda la cadena productiva gastronómica, contribuyendo a la reducción de la huella ecológica.

Dimensión cultural: el arte culinario constituye un medio para la preservación y difusión del patrimonio cultural intangible. Mediante el turismo culinario se rescatan recetas heredadas, técnicas gastronómicas ancestrales y conocimientos vinculados a la elaboración de alimentos, que consolidan la identidad y la diversidad cultural del destino. Este intercambio también genera diálogo y respeto entre turistas y comunidades locales, fomentando la valoración y protección de las culturas gastronómicas (Richards, 2015).

Dimensión institucional y de gobernanza: para que el turismo gastronómico sea una herramienta efectiva de desarrollo sostenible, es fundamental contar con marcos institucionales sólidos y mecanismos de gobernanza participativa (figura 1).

La articulación entre actores públicos, privados y comunitarios permite la planificación estratégica de la actividad, el cuidado de los recursos naturales y culturales y la promoción de políticas públicas orientadas a la innovación, la calidad y la sostenibilidad (Bramwell y Lane, 2011). Además, la gobernanza inclusiva facilita la distribución equitativa de beneficios y la mitigación de impactos negativos.

Figura 1. Dimensiones y efectos del turismo gastronómico

Dimensión	Factores determinantes	Efectos e implicaciones
Económica	• Aumento del gasto turístico y del consumo local • Fortalecimiento de la cadena de valor (productores, procesadores, distribuidores y restaurantes) • Fomento del emprendimiento local	• Multiplicación de impactos económicos en el territorio • Diversificación de ingresos rurales • Resiliencia económica comunitaria
Social	• Valorización de conocimientos y saberes tradicionales • Generación de empleo, especialmente para mujeres y jóvenes • Organización de eventos y celebraciones comunitarios	• Fortalecimiento de la identidad cultural • Transmisión intergeneracional de saberes culinarios • Inclusión social y sentido de pertenencia
Ambiental	• Conservación de variedades autóctonas y sistemas productivos tradicionales • Aumento de la demanda de productos locales y orgánicos • Promoción de tecnologías limpias	• Protección de los ecosistemas y paisajes culturales • Fomento de prácticas agrícolas responsables • Reducción de la huella ecológica
Cultural	• Conservación y promoción del patrimonio cultural inmaterial • Recuperación de recetas y técnicas ancestrales • Fomento del diálogo intercultural	• Fortalecimiento y diversificación cultural del destino • Valoración y protección de las culturas gastronómicas

Dimensión	Factores determinantes	Efectos e implicaciones
Institucional y de gobernanza	• Marcos institucionales sólidos • Gobernanza participativa con actores públicos, privados y comunitarios • Políticas públicas de apoyo	• Planificación estratégica y protección de recursos • Innovación y calidad sostenibles • Distribución equitativa de beneficios

Nota. Esta tabla integra las dimensiones del desarrollo sostenible en el turismo gastronómico, identificando sus factores determinantes y efectos e implicaciones.

Fuente: elaboración propia.

Metodología

La elaboración de este capítulo se fundamentó en una revisión bibliográfica sistemática, realizada con RStudio y el paquete Bibliometrix como herramientas principales para la gestión y el análisis de la información recopilada en bases de datos indexadas, principalmente Scopus, con el fin de identificar artículos científicos, libros y revistas relevantes.

Esta metodología bibliométrica permitió un análisis cuantitativo y cualitativo de las tendencias emergentes del turismo gastronómico y sus casos representativos en el contexto contemporáneo.

La metodología comprendió los siguientes pasos:

Fase 1: Recolección de datos. Se definieron el problema de investigación y las preguntas orientadoras para el estudio del turismo gastronómico. La búsqueda bibliográfica se estructuró mediante la combinación de términos clave en inglés relacionados con el turismo gastronómico, tales como *gastronomic tourism*, *gastronomic industry*, *cultural tourism* y *gourmet tourism*.

Se priorizaron publicaciones recientes (2020-2025) para asegurar la actualidad, considerando documentos en inglés y español. Se trabajó con bases de datos indexadas, principalmente Scopus, y se recolectó un total de 342 fuentes.

Fase 2: Búsqueda y filtrado de publicaciones. La búsqueda inicial con los términos clave generó un amplio conjunto de documentos. Luego, se filtró para limitar el periodo a 2020-2025, restringir los idiomas y validar la relevancia temática. Esto aseguró que los documentos seleccionados fueran pertinentes para el análisis detallado.

Fase 3: Análisis bibliométrico. Se utilizó RStudio con el paquete Bibliometrix para analizar los documentos seleccionados. Este análisis estadístico permitió detectar patrones, tendencias, redes de cocitación y temas emergentes para comprender la evolución y el estado actual del turismo gastronómico como modalidad turística y fenómeno cultural.

Fase 4: Extracción y síntesis de información. Se extrajo información clave de los documentos, incluidas las dimensiones y escalas de medición del turismo gastronómico, los estudios de caso, los indicadores de autenticidad gastronómica y los aspectos culturales, ecológicos y de sostenibilidad vinculados a la gastronomía en los destinos turísticos.

Resultados

Los resultados de la revisión bibliográfica indican que el turismo gastronómico experimenta una transformación significativa, impulsada por la digitalización, la sostenibilidad y la búsqueda de experiencias auténticas. El análisis de datos masivos es fundamental para comprender las preferencias gastronómicas regionales y ajustar la oferta culinaria de manera efectiva.

Además, se observa una importancia creciente del monitoreo de alimentos y de la sustentabilidad en la cadena de abastecimiento, con énfasis en la inversión en productores regionales y la gestión de riesgos alimentarios.

La figura 1 muestra las fuentes más relevantes en el campo de investigación del turismo gastronómico; evidencia una clara concentración de la producción científica en publicaciones especializadas en gestión turística, hospitalidad y sostenibilidad alimentaria.

La distribución revela una tendencia hacia la especialización temática, en la que las publicaciones enfocadas en turismo gastronómico, desarrollo de destinos y sostenibilidad concentran la mayor parte de la producción académica, lo que refleja la naturaleza interdisciplinaria del campo y la creciente relevancia de los enfoques sostenibles en la investigación gastronómica contemporánea.

Figura 2. Most relevant sources - Fuentes más relevantes



Nota. Esta imagen presenta las fuentes más relevantes relacionadas con el turismo gastronómico.

Fuente: elaboración propia.

El análisis bibliométrico revela un panorama diversificado de la investigación en turismo gastronómico, en el que las fuentes académicas especializadas predominan en distintos aspectos del campo de estudio. Los hallazgos se presentan a continuación.

Tourism Management - 78 publicaciones

Esta revista se posiciona como la fuente más prolífica del área, lo que refleja la consolidación del turismo gastronómico como disciplina académica establecida, el enfoque en estrategias de desarrollo y promoción de experiencias culinarias auténticas, y la construcción de marcos teóricos para la comercialización de productos gastronómicos locales.

Caso de éxito - Perú como modelo de turismo gastronómico: Una muestra evidente de la aplicación exitosa del turismo culinario es el caso peruano. Esta nación ha construido un modelo en el que el impulso de su cocina se ha transformado en el principal elemento de atracción para los visitantes.

El establecimiento de circuitos gastronómicos, la especialización de chefs regionales y la consolidación de sistemas productivos han logrado que el turismo culinario constituya el 30 % de las motivaciones de viaje de los turistas extranjeros. El país ha instaurado programas efectivos de formación gastronómica y acreditación de establecimientos culinarios, posicionando destinos como Lima, Cusco y Arequipa como referentes culinarios internacionales (Cordova-Buiza et al., 2021).

Current Issues in Tourism - 74 publicaciones

Como revista especializada en tendencias turísticas contemporáneas, su elevada producción científica evidencia la relevancia de los aspectos contemporáneos en turismo gastronómico, así como el interés por problemáticas como la autenticidad culinaria y la aplicación de estrategias novedosas para el sector gastronómico en la pospandemia.

Caso de éxito - Tailandia y la diplomacia gastronómica: Tailandia ha implementado con éxito el programa “Global Thai” desde el 2002, una estrategia de diplomacia gastronómica que ha dado lugar a la apertura de más de 15 000 restaurantes tailandeses en todo el mundo. Esta iniciativa ha generado un impacto económico directo en el turismo, con un incremento del 40 % en visitantes motivados por experiencias gastronómicas auténticas entre el 2010 y el 2020.

Además de su impacto turístico, este programa ha fortalecido la identidad cultural tailandesa a nivel internacional, promoviendo tanto la gastronomía como el entendimiento intercultural. La iniciativa ha incentivado el desarrollo de cadenas de suministro que involucran a agricultores y productores locales, lo que ha dinamizado la economía rural

y generado empleos en sectores vinculados a la alimentación y la hostelería (Grupo Banco Mundial, s. f.).

Journal of Sustainable Tourism: 64 publicaciones

Su presencia sobresaliente evidencia la relevancia de la sustentabilidad en el turismo gastronómico, la importancia de las cadenas de aprovisionamiento locales y el comercio equitativo, así como la elaboración de modelos de negocio culinarios sostenibles.

Caso de éxito - Italia y el movimiento Slow Food: Italia ha liderado el movimiento Slow Food desde 1989, con la creación de un modelo de turismo gastronómico sostenible que integra biodiversidad, tradición culinaria y desarrollo territorial. El programa “Presidi Slow Food” protege más de 600 productos alimentarios en riesgo de extinción y genera rutas gastronómicas que conectan a pequeños productores con turistas conscientes.

Este modelo ha dado lugar a más de 2000 establecimientos certificados que practican turismo gastronómico sostenible, ha contribuido a la preservación de variedades locales y técnicas culinarias tradicionales y ha generado ingresos para comunidades rurales.

El impacto transformador del movimiento Slow Food en Italia trasciende la conservación alimentaria y establece un paradigma de “comunidades de práctica” que incluye tanto a productores como a consumidores, fortalecidas por experiencias prácticas y relaciones de confianza basadas en el esfuerzo manifiesto de construir comunidades autorreguladas (Mariani et al., 2021).

La filosofía Slow Food opera a través de una red cosmopolita de “confianza imaginada”, que funciona en el ámbito internacional mediante encuentros Terra Madre, turismo entre comunidades Slow Food, acciones colectivas promovidas por campañas y la creación de una nueva conciencia sobre prácticas gastronómicas sostenibles.

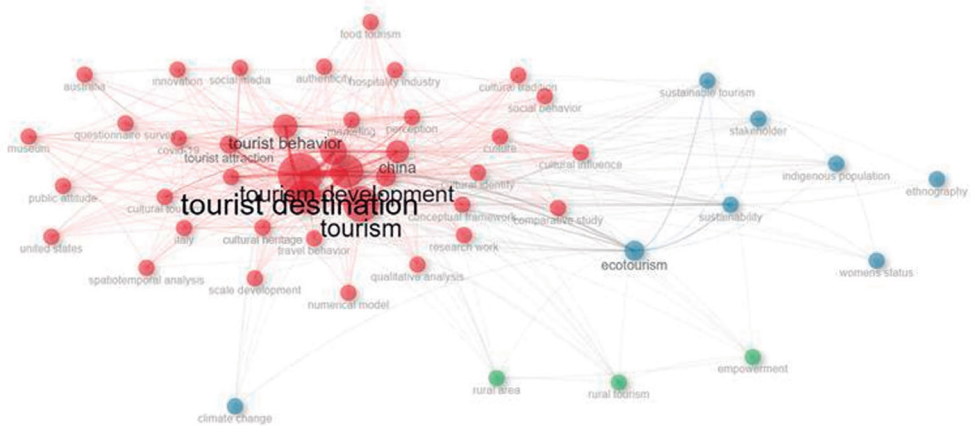
Tourism Geographies - 64 publicaciones

Esta fuente revela la importancia de la dimensión territorial en las experiencias gastronómicas, la relevancia de la identidad cultural autóctona en el arte culinario y la formación de núcleos gastronómicos territoriales.

Caso de éxito - España y las denominaciones de origen: España ha desarrollado una estructura completa de denominaciones de origen protegidas (DOP) e indicaciones geográficas protegidas (IGP), que vincula elaboraciones gastronómicas particulares con espacios geográficos concretos. Con más de 200 productos certificados, desde el jamón ibérico de bellota hasta los vinos de La Rioja, este modelo territorial ha generado clústeres gastronómicos regionales que atraen a más de 8 millones de turistas gastronómicos al año.

La Ruta del Jamón Ibérico en Extremadura y Andalucía, por ejemplo, integra dehesas, bodegas, restaurantes y alojamientos rurales, creando un ecosistema territorial que preserva tradiciones culinarias, dinamiza economías locales y fortalece la identidad gastronómica regional (Dancausa Millán et al., 2021).

Figura 3. Co-occurrence network - Red de coocurrencia



Fuente: elaboración propia mediante el entorno RStudio.

La figura 2 muestra la red de coocurrencia de términos en la literatura sobre turismo gastronómico y constituye una representación visual del análisis bibliométrico. Esta visualización permite identificar cómo se interrelacionan los términos más frecuentes en la literatura científica sobre el sector.

El mapa conceptual centrado en el turismo gastronómico muestra cómo conceptos clave como *destino turístico*, *comportamiento turístico* y *desarrollo turístico* se vinculan con subtemas relacionados con motivaciones culinarias, cultura local y estrategias de sostenibilidad.

Esta visualización revela la integración del turismo gastronómico en el campo turístico, conectado con la autenticidad, la identidad cultural y la experiencia del visitante, y orienta tanto la investigación como el desarrollo competitivo y sostenible de destinos especializados en gastronomía.

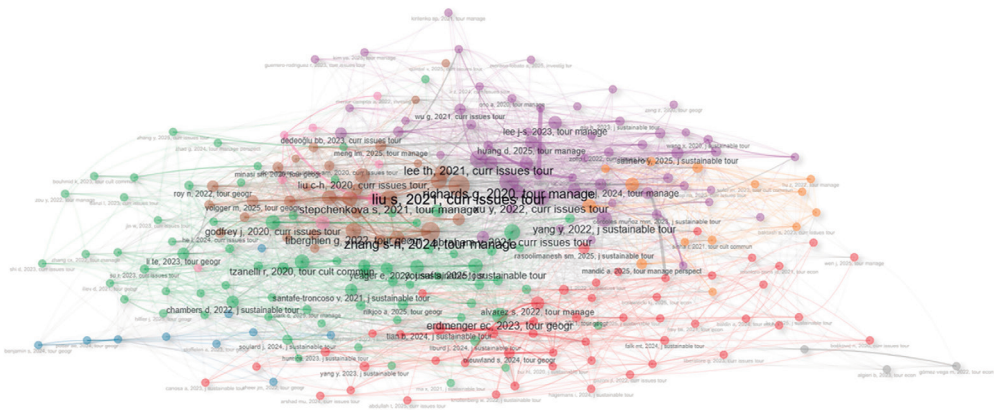
En el gráfico se observan tres clústeres principales diferenciados por color:

- **Clúster rojo (central):** desarrollo y comportamiento turístico, con términos centrales como *tourism development*, *tourist behavior* y *destination*, que agrupa conceptos relacionados con el desarrollo de destinos gastronómicos. En cuanto a su relevancia, indica que la investigación se centra en cómo los destinos desarrollan su oferta gastronómica para atraer turistas.

- **Clúster azul (derecha):** sostenibilidad y ecoturismo, que agrupa términos principales como *sustainable tourism*, *ecotourism* e *indigenous population*, con énfasis en la sostenibilidad de las experiencias gastronómicas. Refleja la importancia de las prácticas sostenibles en el turismo gastronómico.
- Clúster verde (inferior): turismo rural y empoderamiento, con términos clave como *rural tourism*, *rural areas* y *empowerment*, orientado al desarrollo gastronómico en áreas rurales. Demuestra la trascendencia del turismo culinario campestre como estrategia de desarrollo territorial.

Caso de éxito - Francia y las rutas gastronómicas regionales: Francia ha desarrollado un modelo integral de rutas gastronómicas que conecta productores locales, restaurantes y experiencias culturales. Las *routes des vins* y las denominaciones de origen controladas han generado un ecosistema gastronómico que atrae a más de 7 millones de turistas al año, lo que contribuye al desarrollo de la economía local. Este modelo integra sostenibilidad, autenticidad y desarrollo regional (Château de Berne, s. f.).

Figura 4. Clustering by coupling - Agrupamiento por acoplamiento (redes)



Fuente: elaboración propia mediante el entorno RStudio.

La figura 3 representa una red de acoplamiento bibliográfico que ilustra las conexiones entre publicaciones y la evolución de la literatura académica sobre turismo gastronómico. Esta visualización revela tres clústeres especializados:

Un aspecto fundamental que emerge en la literatura contemporánea es el desarrollo del enfoque de gestión sostenible en las experiencias gastronómicas, particularmente evidente en las investigaciones del periodo 2021-2025. Este clúster superior, denominado *púrpura*, concentra su análisis en la implementación de certificaciones rigurosas, sistemas de trazabilidad integral y la optimización de cadenas de suministro responsables.

Los autores destacados en este ámbito han identificado que la sostenibilidad ha pasado de ser un valor agregado a un componente esencial para la viabilidad a largo plazo de las experiencias gastronómicas, estableciendo nuevos modelos en la administración de recursos, la conciencia ecológica y la generación de valor compartido entre los participantes de la red gastronómica.

El clúster verde, ubicado en la parte izquierda del análisis, concentra las investigaciones dedicadas al turismo cultural y geográfico y encuentra en su dimensión cultural y territorial uno de sus pilares más sólidos. Este conjunto de estudios, predominantemente cualitativos, explora la profunda conexión entre la identidad cultural de los destinos y su patrimonio gastronómico y analiza cómo la geografía alimentaria se convierte en un elemento diferenciador y auténtico para las experiencias turísticas.

Los investigadores en este ámbito han desarrollado metodologías específicas para evaluar la autenticidad culinaria, reconociendo que los alimentos y las tradiciones gastronómicas no son simples productos de consumo, sino manifestaciones tangibles de la historia, la cultura y el territorio. Estos elementos son buscados cada vez más por los turistas como parte de experiencias genuinas y significativas en sus viajes.

El clúster rojo-naranja, posicionado en la parte derecha del análisis, agrupa las investigaciones que abordan las perspectivas económicas y de gestión del turismo gastronómico y constituye un enfoque fundamental para la comprensión integral del sector. Este conjunto de estudios se concentra en la creación y evaluación de esquemas empresariales innovadores, la medición del impacto económico de las actividades gastronómicas turísticas y el fortalecimiento de la competitividad sectorial.

Los investigadores en este ámbito han desarrollado herramientas de gestión financiera adaptadas a las particularidades del turismo gastronómico, reconociendo que este sector requiere enfoques económicos diferenciados que consideren tanto la rentabilidad empresarial como el valor agregado que genera la experiencia gastronómica en el desarrollo económico local y regional.

Discusión

Los resultados obtenidos evidencian una transformación profunda del turismo gastronómico, caracterizada por tres ejes fundamentales: digitalización, sostenibilidad y búsqueda de autenticidad. Esta evolución refleja el creciente posicionamiento de la gastronomía como segundo motivo de desplazamiento en América Latina y como tercero en el mundo, según la Organización Mundial del Turismo, consolidándose como motor económico y cultural de primer orden.

El análisis revela una notable concentración científica en publicaciones especializadas. Esta distribución demuestra la madurez académica del campo y su naturaleza interdisciplinaria, en la que convergen gestión turística, sostenibilidad y desarrollo territorial.

La especialización temática coincide con la evolución sectorial hacia experiencias gastronómicas sofisticadas, en las que el turista demanda autenticidad e identidad integral del contexto social.

La identificación de tres clústeres principales en la red de coocurrencia (desarrollo y comportamiento turístico, en rojo; sostenibilidad y ecoturismo, en azul; y turismo rural y empoderamiento, en verde) revela la complejidad conceptual contemporánea.

Esta segmentación evidencia una evolución desde enfoques tradicionales centrados en la oferta hacia perspectivas integradoras que consideran el impacto territorial, la sostenibilidad ambiental y el empoderamiento comunitario. El clúster de sostenibilidad confirma que el turista gastronómico busca experiencias que alimenten cuerpo, espíritu e intelecto, y demanda propuestas con valores éticos y ambientales.

Los hallazgos sugieren una evolución hacia un modelo híbrido que integra tradición e innovación, sostenibilidad y rentabilidad, autenticidad local y proyección global. El análisis de datos masivos para comprender las preferencias regionales señala la necesidad de incorporar herramientas tecnológicas avanzadas. La trazabilidad alimentaria y la gestión responsable de las cadenas de suministro indican que el futuro del sector dependerá de articular experiencias auténticas con prácticas éticas y ambientalmente responsables.

La gastronomía se consolida como elemento diferenciador y marca territorial y constituye una oportunidad para revitalizar y diversificar la oferta turística, y se transforma en un componente estratégico del desarrollo territorial.

La investigación en turismo gastronómico debe evolucionar hacia enfoques más interdisciplinarios, participativos y orientados a la acción. La colaboración entre academia, sector privado, gobiernos y comunidades locales es esencial para generar conocimiento relevante y aplicable.

Finalmente, el turismo gastronómico debe reconocerse como una herramienta poderosa para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente los relacionados con la erradicación de la pobreza, la seguridad alimentaria, el trabajo decente, el consumo responsable y la preservación cultural. Su potencial transformador solo se materializará plenamente si se adoptan enfoques integrales, participativos y sostenibles en su desarrollo y gestión.

Conclusiones

El análisis realizado sobre las transformaciones del turismo gastronómico en contextos globales y regionales permite extraer conclusiones significativas sobre su evolución, impactos y potencialidades futuras y evidencia su consolidación como sector estratégico de la industria turística contemporánea.

El turismo gastronómico ha evolucionado desde enfoques comerciales hacia modelos integrados que priorizan la sostenibilidad, la autenticidad y la innovación. La hiperlocalización emerge como tendencia dominante, en la que los turistas valoran la especificidad territorial y la conexión con productores locales, lo que crea oportunidades para áreas rurales.

Los casos de Perú, Tailandia, Italia, España y Francia demuestran que el éxito depende de articular identidad local y proyección global, equilibrando tradición culinaria e innovación gastronómica. Estos modelos generan valor compartido entre visitantes y comunidades anfitrionas mediante estrategias territoriales diferenciadas.

El turismo gastronómico evoluciona hacia un modelo híbrido que integra tradición e innovación, sostenibilidad y rentabilidad, autenticidad local y proyección global. Su consolidación como sector estratégico requiere enfoques multidisciplinares, políticas coordinadas y modelos de negocio que equilibren competitividad económica con responsabilidad territorial y cultural.

La integración de la sostenibilidad, la autenticidad y el desarrollo tecnológico constituye el paradigma emergente, posicionando al sector como una herramienta para el desarrollo territorial sostenible, capaz de preservar el patrimonio cultural y generar impactos económicos significativos.

Referencias

- Barzallo Neira, C., y Pulido-Fernández, J. I. (2025). La investigación sobre la demanda del turismo gastronómico: conocimientos previos y evolución temática. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 23(1), 119-134. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.008>
- Bramwell, B., y Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 411-421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>
- Business Research Insights. (2026, 13 de julio). *Restaurant technology market size, share, growth, and industry analysis, by type (POS, scheduling software, digital logbook, online ordering, payment processing systems, & others), by application (full-service restaurants, fast food restaurants, & others), and regional insights and forecast to 2035* (Informe n.º BRI118085). <https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/restaurant-technology-market-118085>
- Cerezo-Medina, A. (2020). *Introducción al turismo y la gastronomía* [trabajo de grado, Universidad de Málaga]. RUMA: Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga. <https://hdl.handle.net/10630/19643>

- Château de Berne. (s. f.). *Rutas del vino en Francia*. <https://chateauberne-vin.com/es/blogs/news/les-routes-des-vins-en-france>
- Cordova-Buiza, F., Gabriel-Campos, E., Castaño-Prieto, L., y García-García, L. (2021). The gastronomic experience: motivation and satisfaction of the gastronomic tourist—The case of Puno City (Peru). *Sustainability*, 13(16), 9170. <https://doi.org/10.3390/su13169170>
- Dancausa Millán, M. G., Millán Vázquez de la Torre, M. G., y Hernández Rojas, R. (2021). Analysis of the demand for gastronomic tourism in Andalusia (Spain). *PLOS ONE*, 16(2), e0246377. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0246377>
- Della Penna, F. (2025, 19 de enero). *Food trends 2025: How social media, AI, and in-person events will shape what we eat*. Euronews. <https://www.euronews.com/culture/2025/01/19/food-trends-2025-how-social-media-ai-and-in-person-events-will-shape-what-we-eat>
- Deloitte Consumer Industry Center. (2025, 24 de junio). *How AI is revolutionizing restaurants*. Deloitte Insights. <https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/retail-distribution/ai-in-restaurants.html>
- Finn Partners. (2025, 18 de junio). *Celebrating sustainable gastronomy day 2025: Local seeds, local eats*. <https://www.finnpartners.com/news-insights/celebrating-sustainable-gastronomy-day-2025-local-seeds-local-eats/>
- Gössling, S., Scott, D., y Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Grupo Banco Mundial. (s. f.). *Tailandia: visión de conjunto*. <https://datos.bancomundial.org/pais/tailandia>
- Hall, C. M., y Mitchell, R. (2005). Gastronomic tourism: Comparing food and wine tourism experiences. En M. Novelli (Ed.), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases* (pp. 73-88). Elsevier Butterworth-Heinemann. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-6133-1.50014-7>
- Hernández Rojas, R. D., y Dancausa Millán, M. G. (2018). Turismo gastronómico: la gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(2), 413-430. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180755394013>
- Jagtiani, E. (2022). Advancements in nanotechnology for food science and industry. *Food Frontiers*, 3(1), 56-82. <https://doi.org/10.1002/fft2.104>

- Kuhn, V. R., Gadotti dos Anjos, S. J., y Krause, R. W. (2024). Innovation and creativity in gastronomic tourism: A bibliometric analysis. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100813. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100813>
- López, C. A. (2024). Turismo experiencial y su impacto positivo en las comunidades locales. Claves para un turismo transformador a través de la inversión sostenible. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (223). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi223.11180>
- Marele, D. C., y Ghergheleş, C. G. (2024). The importance of traditional food quality in tourism. *Analele Universitatii din Oradea* (23), 46-52. https://protmed.uoradea.ro/nou/images/publicatii/ecotox/2024b/08._marele.pdf
- Mariani, M., Casabianca, F., Cerdan, C., y Peri, I. (2021). Protecting food cultural biodiversity: From theory to practice. Challenging the geographical indications and the slow food models. *Sustainability*, 13(9), 5265. <https://doi.org/10.3390/su13095265>
- Mogollón, J. M. H., Di Clemente, E., y Guzmán, T. L. G. (2015). El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres (España). *Boletín de la Asociación Española de Geografía*, (68), 407-428. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5138997>
- Nieto Mejía, A. (Ed.). (2020). *Gastronomía y turismo: una reflexión cultural*. Editorial Fundación Universitaria San Mateo. <https://doi.org/10.7476/9786289558210>
- One Planet Network. (s. f.). *Tourism and food: Sustainable food systems*. <https://www.oneplanetnetwork.org/programmes/sustainable-tourism/sustainable-food-systems/tourism-and-food>
- Renfors, S.-M., y Wendt, T. (2024). Restaurants without bins: How does a circular restaurant operate? *Sustainability*, 16(6), 2312. <https://doi.org/10.3390/su16062312>
- Reyes Uribe, A. C., Guerra Avalos, E. A., y Quintero Villa, J. M. (2017). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. *El Periplo Sostenible*, (32), 00009. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1870-90362017000100009&lng=es&tlng=es
- Richards, G. (2015). Evolving gastronomic experiences: From food to foodies to foodscapes. *Gastronomy and Tourism*, 1(1), 5-17. <https://doi.org/10.3727/216929715X14298190828796>
- Richards, G. (2021). Evolving research perspectives on food and gastronomic experiences in tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(3), 1037-1058. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2020-1217>

- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336. <https://doi.org/10.1080/09669580802359293>
- Singh, T., Shukla, S., Kumar, P., Wahla, V., Bajpai, V. K., y Rather, I. A. (2017). Application of nanotechnology in food science: Perception and overview. *Frontiers in Microbiology*, 8, 1501. <https://doi.org/10.3389/fmicb.2017.01501>
- Team CIB. (2025, 7 de agosto). *How will AI influence the world of gastronomy, and what opportunities and challenges will it pose for restaurants?* CIB Blog. <https://blog.cib.education/en/how-will-ai-influence-the-world-of-gastronomy-and-what-opportunities-and-challenges-will-it-pose-for-restaurants/>
- Travel and Tour World. (2025, 18 de junio). *UN tourism and global partner forge groundbreaking alliance to elevate gastronomy tourism as a catalyst for sustainable development, local empowerment, and culinary heritage preservation.* <https://www.travelandtourworld.com/news/article/un-tourism-and-global-partner-forge-groundbreaking-alliance-to-elevate-gastronomy-tourism-as-a-catalyst-for-sustainable-development-local-empowerment-and-culinary-heritage-preservation/>
- UN Tourism. (2025). *UN tourism, FAO mountain partnership, and SPTO join forces to promote sustainable gastronomy tourism in Pacific SIDS.* <https://www.unwto.org/un-tourism-fao-mountain-partnership-and-spto-join-forces-to-promote-sustainable-gastronomy-tourism-in-pacific-sids>
- Vásquez Farfán, N. B., Mullo Romero, E. del C., y Cajo Riofrio, M. C. (2025). El turismo gastronómico como estrategia para el desarrollo sostenible. *Esprint Investigación*, 4(1), 196-208. <https://doi.org/10.61347/ei.v4i1.105>
- Yentür, F., y Demir, C. (2022). Understanding travel agencies attitudes towards gastronomy tourism and food tours: The case of Izmir Turkey. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 12(2), 674-688. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7513063>
- Yıkımsı, S., Türkol, M., Abdi, G., Imre, M., Alkan, G., Aslan, S. T., Rabail, R., y Aadil, R. M. (2024). Culinary trends in future gastronomy: a review. *Journal of Agriculture and Food Research*, 18, 101363. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2024.101363>

