

TURISMO GASTRONÓMICO: SABOR Y TRADICIÓN

María del Carmen Navarrete Torres¹

Cecilia García Muñoz Aparicio²

Resumen

El presente trabajo es el resultado de una investigación sobre turismo gastronómico en México. Una de las actividades que más atrae a los turistas es la comida, ya que logra conseguir despertar el interés de los visitantes, y al degustarla logran capturar la esencia del lugar donde se prepara. La comida local nos da a conocer las actividades culturales de la zona, la forma en que se produce, cocina y el consumo nos da una idea acerca del quehacer de una población determinada.

El objetivo es analizar algunos aspectos de este tipo de turismo, en especial, las rutas reconocidas como gastronómicas y obtener información sobre los platillos típicos que se preparan y con la información obtenida proponer estrategias para lograr una mayor difusión. La comida típica representa un rasgo de autenticidad, de ahí que los viajeros se sientan interesados, ya que es un atractivo potencial turístico que ha sido demostrado por otros países que la han incorporado dentro de su oferta, creando rutas que le permiten al visitante conocer y degustar los platillos, dulces y bebidas típicas.

Se realizó una investigación documental y se consultaron fuentes secundarias que incluyó una revisión bibliográfica de temas relacionados sobre este tipo de turismo y las rutas en México, así como los alimentos tradicionales.

Los resultados obtenidos permitieron conocer la oferta gastronómica, así como las regiones que se incluyen y los principales platillos que forman parte de la cocina mexicana considerada como patrimonio de la humanidad.

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, mallynav@yahoo.com.mx

² Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, flamingos1999@hotmail.com

Palabras Clave: Turismo gastronómico, Turismo, Rutas, Comida tradicional.

1. INTRODUCCIÓN

En México, el turismo gastronómico se ha fortalecido en los últimos años, desde que su cocina fue declarada por la Unesco, Patrimonio Intangible de la Humanidad, en noviembre de 2010 y que es el resultado del esfuerzo de la organización civil llamada Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana (CCGM). Dicho reconocimiento lo comparte con la dieta mediterránea y las cocinas de Francia y Japón.

México se encuentra entre los primeros cinco países con mayor diversidad natural –flora y fauna, es decir con mayor disponibilidad de ingredientes originarios que le permitió los ingredientes necesarios para desarrollar las cocinas indígenas, primero, y la mestiza, después.

Por otra parte, el país se encuentra entre los primeros tres del mundo con mayor diversidad cultural. La población mestiza mexicana, proviene de la mezcla del español con una gama de pueblos autóctonos. Todo esto permite que la cocina mexicana sea una de las más importantes del mundo, ya que se generó en un territorio privilegiado por su biodiversidad y por su diversidad cultural. Por otro lado, la trilogía alimentaria mexicana (maíz, frijol y chile) es milenaria y sigue vigente en el siglo XXI como sustento básico de la mayoría de la población del país.

El patrimonio gastronómico se forma del acervo oral e inmaterial, ya que la transmisión y conservación de recetas, mezclas, trucos e ingredientes que se han dado durante cientos de años y son propios de la cultura local de cada ciudad, región o país hacen de las características lo que cohesionan a un pueblo como nación (Barceló, 2007).

Para dar seguimiento a las acciones para fortalecer y potencializar el nombramiento de la Cocina Mexicana como Patrimonio Intangible de la Humanidad, en febrero de 2012, se dieron a conocer las Rutas Gastronómicas que comprenden 18 recorridos turísticos que abarcan todo el país y permiten ofrecer a los visitantes, la experiencia culinaria a través de los sabores. En dichas rutas, se incluyen 155 destinos de todo el país, 600 hoteles y restaurantes, y más de mil 500 platillos y bebidas (La jornada, 2012).

De acuerdo a los datos de la Secretaria de Turismo, se estima que la gastronomía produce una derrama de 183 mil millones de pesos mexicanos (unos 9.753 millones de dólares), lo que supone un 2% del Producto Bruto del país y el 10% del Producto Bruto Turístico y hoy representa el 30% del gasto que realizan los turistas extranjeros en el país. (SECTUR, 2016). Según los datos de Canirac (2015), México cuenta con más de 515.000 establecimientos de comida de los cuales 95% son Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), además de que emplea de forma directa a 1,4 millones de personas e indirectamente la cifra asciende a 3,8 millones.

El turismo gastronómico impulsa el crecimiento de otros sectores económicos y crea puestos de trabajo directa e indirectamente. Muchos de ellos, están destinados a la obtención de las materias primas utilizadas en la producción de los bienes y que no solo generan utilidades, sino también se promueve los lugares y las costumbres de un país. Existe un gran potencial del sector turístico por el impacto que tiene en toda la cadena de valor, la cual incluye desde pequeños productores agropecuarios, hasta los prestadores de servicios de alimentos, mercados, tiendas y restaurantes. (SECTUR, 2016).

Por otro lado, el sector gastronómico se ha constituido en un área de oportunidad y de creación de nuevos negocios para los emprendedores y en donde la competencia, incrementa su oferta de bienes y servicios.

En la actualidad, el turismo gastronómico es una nueva opción para el turista que le permite conocer los diferentes sabores y comidas de una determinada región y el cual está dirigido tanto a personas conocedoras del arte del buen comer como a todo tipo de gente dispuesta a probar nuevos platillos.

Por lo antes mencionado, es importante desarrollar estrategias que sirvan para aprovechar el gusto por la comida y que al mismo tiempo permitan una experiencia memorable, que los motive a regresar y a probar otros sabores de la región que visitan.

Según, Rochat (2000) afirma que de acuerdo a algunos estudios existen diversas motivaciones relacionadas con la búsqueda de satisfacciones alimentarias, sintetizando en cuatro las que considera las más importantes:

1. La motivación que busca la seguridad: Es la necesidad de encontrar un sitio seguro; son aquellos comensales que necesitan fundamentalmente asegurarse de estar en un lugar

donde se les garantice la higiene en el local, así como el cuidado en la manipulación de los alimentos.

2. La motivación relacionada con las necesidades sociales: Es la falta de comunicación, se busca un lugar en donde se faciliten los contactos sociales ya sea con el grupo de conocidos, o la interacción con gente que no conocemos.

3. La motivación relacionada con las necesidades culturales: la gastronomía es una muestra de la cultura de un país o de una región. No es únicamente una propuesta de los menús, sino la calidad en el servicio en el local como es: la recepción, atención del personal, y la ambientación del lugar.

4. La motivación hedonista que influye en los placeres físicos: Desde el punto de vista del marketing esta motivación es la más importante. La gastronomía es un campo idóneo para aplicar el marketing de experiencias.

La posibilidad de probar sabores únicos e irrepetibles para los clientes, se ha convertido en una gran oportunidad a la hora de ganar un lugar dentro de este mercado

Rochat, comenta que "el consumidor va en busca de los placeres que se captan por medio de los cinco sentidos, de los placeres gustativos más diferenciados" (Rochat, 2000, p.96).

Este tipo de motivación varía de acuerdo a los consumidores, pero involucra a todos los clientes dependiendo de su edad, cultura, gustos y nivel socioeconómico, pero todos en mayor o menor medida gustan de la gastronomía.

Entre las actividades que se pueden implementar en este tipo de turismo, se encuentran la asistencia a restaurantes donde se sirven platillos típicos, visita a mercados y tiendas de venta de productos alimenticios asimismo, que puedan observar o incluso cocinar en una de las casas de los lugareños así como la participación en fiestas locales. En México, se han diseñado 18 rutas gastronómicas, las cuales son impulsadas por la Secretaría responsable del sector.

2. MARCO TEÓRICO

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT) (2007), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales, de negocios o profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o

excursionistas; residentes o no residentes). A su vez se define a la gastronomía como la conjunción de aspectos culinarios con aspectos culturales que hacen a cada sociedad o comunidad.

La Secretaría de Turismo en su portal del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica de Turismo - SNIEGT agrupa los principales conceptos que se utilizan en el sector turismo del país, tomando como fuente las definiciones usadas por la Organización Mundial de Turismo (OMT), así como las expresadas en los documentos de la Cuenta Satélite del Turismo en México, que es realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y define al turismo como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. (Datatur ,2017).

La gastronomía no es simplemente un conjunto de técnicas o métodos de cocción, sino también la relación que los individuos establecen con el medio que los rodea, del cual obtienen sus recursos alimenticios, el modo en que los utilizan y todos aquellos fenómenos sociales o culturales que tienen que ver con el consumo de las preparaciones culinarias. La palabra Gastronomía se deriva del griego "gáster" o "gastros" que quiere decir estómago y "gnomos", conocimiento o ley, por tanto etimológicamente significa "Ley del estómago" (Diccionario etimológico, 2012).

El diccionario de la Real Academia Española menciona que gastronomía es el "Arte de preparar una buena comida" o la "afición de comer con delicadeza" (REA, 2012).

La gastronomía es el estudio entre cultura y los alimentos, pero a menudo se piensa que el término únicamente tiene relación con el arte de cocinar y los platillos en torno a una mesa. La gastronomía también estudia varios componentes culturales, cuyo eje central siempre será la comida, además de que es un elemento del sector turismo, y por lo tanto es importante su impulso y desarrollo, de tal manera que se logre ofrecer productos alimenticios de calidad.

Según (Weaver, Lawton, 2002) el turismo es la suma de los fenómenos que presentan los turistas al relacionarse con la industria del turismo, el gobierno anfitrión, las comunidades

anfitrionas, las universidades, los colegios y comunidades, en un proceso de atracción del transporte y recibimiento del turista.

En García (2010), mencionó que Kraft y Hunziker definen el turismo como un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa.

Según Mitchell y Hall (2003) es importante diferenciar en primer lugar a los turistas que se alimentan porque se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual de aquellos cuya selección del destino se relaciona directamente con la gastronomía.

El turismo gastronómico es la visita a productores primarios o secundarios de alimentos, participación en festivales gastronómicos y búsqueda de restaurantes o lugares específicos donde la degustación de alimentos y toda experiencia inherente es la razón principal para viajar (Mitchell y Hall 2003).

En el segundo informe de la OMT (2017) sobre turismo gastronómico se incluyen sesenta buenas prácticas de diferentes países sobre temas tales como la estacionalidad, la formación y la innovación, las iniciativas relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación e itinerarios relacionados con el vino.

La publicación subraya que, en lo que se refiere a la motivación de los turistas, la experiencia gastronómica es hoy tan importante como visitar un museo, disfrutar de la música o admirar la arquitectura de un destino. En este sentido, el turismo gastronómico tiene un gran potencial para mejorar la gestión de los destinos, promover las culturas y contribuir a otros sectores, como la agricultura y la manufactura de alimentos.

Por otro lado, según señala Saramago (2002), durante los últimos años surgió un turismo que comenzó a buscar restaurantes y lugares públicos donde se puede comer bien. Este nuevo segmento dio origen a lo que actualmente se denomina turismo gastronómico que continuamente adquiere mayor importancia. En todo el mundo, se comienzan a observar personas que viajan para experimentar, degustar y probar nuevos sabores ya sea en restaurantes como en ferias gastronómicas, cenas medievales y muchos otros eventos más. En la tabla 4 se presenta la segmentación del mercado turístico de acuerdo a sus gustos, costumbres y preferencias.

Tabla 1. Segmentación del mercado turístico

Tipo de Turismo	
TURISMO DE NEGOCIOS	No es afectado por las estaciones turísticas, los hombres de negocios llegan durante todo el año, generalmente, a las grandes ciudades, que son los lugares propicios para su actividad.
TURISMO RELIGIOSO	Cuando el objetivo principal de lugar es cumplir con alguna promesa, acudir a una peregrinación o romería a lugares que ya gozan de prestigio dentro del campo de la Fe.
TURISMO CULTURAL	Corresponde a aquellas corrientes de visitantes que miran museos, monumentos, obras de arte y vestigios arqueológicos, de manera superficial, y se forman imágenes de los lugares de acuerdo a los pocos valores que visitaron y analizaron.
TURISMO CIENTÍFICO	Está compuestos de visitantes de alta preparación intelectual: historiadores, literarios, arqueólogos, sociólogos, economistas y demás profesionales liberales, que viajan con el objetivo principal de analizar con profundidad el país extranjero o el interior de su propio país, los campos correspondientes a su profesión, especialización o maestría.
TURISMO GASTRONÓMICO	Este se refiere a aquellas personas que viajan para deleitarse con los buenos platos de la cocina internacional. Este turismo adquiere cada día más importancia, razón por la cual los países se están preocupando por mejorar la cocina nacional, para lograr establecer una imagen que pueda incentivar a las personas del buen comer
TURISMO ESTUDIANTIL	El interés radica en la conciencia que se va formando en el estudiante sobre la importancia que tiene los viajes para su preparación intelectual, pues nadie puede

negar la mayor cultura que se adquiere a través de los desplazamientos

Fuente. Elaboración con datos de Tabares (1986).

3. MÉTODO

Se realizó una investigación documental y según Baena (2002:83) forma parte esencial de un proceso de investigación científica, que puede definirse como una estrategia en la que se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, métodos e instrumentos que tienen como finalidad obtener resultados que pueden ser base para el desarrollo de la creación científica. Se utilizaron fuentes de información secundarias basadas en artículos, revistas e informes y sitios de internet

4. RESULTADOS

Una Ruta Gastronómica es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional (Barrera, 2006). Las Rutas Gastronómicas se organizan en torno a un producto clave que la caracteriza y le otorga su nombre. La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de atractivos y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma: comida, producción agrícola, actividades rurales, entretenimientos en la naturaleza y actividades propias de la cultura regional. Se organizan con el fin de: consolidar la cultura productiva regional, y valorizar los alimentos regionales.

Tabla. 2 Rutas Gastronómicas

Rutas	Organización
Rutas gastronómicas por producto	Se trata de rutas organizadas sobre la base de un determinado producto, vinos, quesos... etc. Son las más frecuentes.
Rutas gastronómicas por plato	Se trata de una organización cuyo sustento más importante es el plato preparado. Es decir, la cocina constituye el hilo conductor de la organización.

Rutas étnico-gastronómicas	Aunque podrían integrarse a las rutas por plato, el componente es tan importante que merece distinguirse. Se trata de aquellos emprendimientos sustentados en la tradición culinaria de pueblos inmigrantes.
----------------------------	---

Fuente: Elaboración con datos de Barrera (2006).

Las rutas se encuentran integradas por productores y restaurantes regionales que reciben a los turistas en sus establecimientos y les brindan servicios de alimentación y que ofrecen en sus menús platos tradicionales basados en la producción local de la zona. Se estructuran en torno a un producto clave o, en algunos casos, alrededor de una canasta de productos que caracteriza a cada una de ellas y le otorga identidad, desarrollándose el itinerario sobre la base de la red vial existente (Schlüter y Thiel, 2008).

Tabla 3. Elementos que caracterizan una ruta gastronómica

Características de las rutas gastronómicas	(A) La producción que la distingue de otra región.
	(B) El itinerario desarrollado sobre una red vial.
	(C) Los establecimientos adheridos a la ruta que producen, distribuyen o publicitan, el alimento que da origen al nombre de la misma.
	(D) Un número mínimo de integrantes en cada ruta que justifique su apertura.
	(E) Una normativa reglamentaria que norma el funcionamiento de los integrantes.
	(F) Un menú regional cuyos platos han sido elaborados con los productos que caracterizan a la ruta.
	(G) Una organización local, asociación u oficina de turismo que ofrezcan información sobre la ruta gastronómica.
	(H) La señalización de la ruta y un mapa que muestre la información explicativa sobre la misma.
	(I) La oferta culinaria del producto en los restaurantes y en los establecimientos de la zona.

Fuente: Elaboración propia con datos de López y Sánchez (2008).

En México las rutas gastronómicas es un nuevo producto turístico que comprende 18 recorridos por el país, especialmente diseñados para ofrecer a los turistas nacionales y extranjeros los platillos y las bebidas tradicionales. Dichas rutas se muestran en la tabla 4.

Tabla 4. Rutas Gastronómicas en México

Ruta	Ubicación
Los fogones entre viñas y aromas del mar	Baja California y Baja California Sur
El sabor de hoy	Ciudad de México
Cocina de dos mundos	Chihuahua
La ruta del cacao	Chiapas y Tabasco
Los mil sabores del mole	Oaxaca
La mesa de la huerta y el mar	Sinaloa
El altar del día de muertos	Michoacán
La ruta de los mercados	Morelos y Guerrero
Del café a la vainilla	Veracruz
Platillos con historia	Querétaro y Guanajuato
Cocina al son del mariachi	Jalisco
Los sabores del mar	Nayarit y Colima
La cultura del maguey	Hidalgo
Del mar a la laguna	Tamaulipas
Los dulces sabores del antaño	Tlaxcala y Puebla
El sazón del minero	Aguascalientes, San Luis potosí y Zacatecas
Entre cortes y viñedos	Nuevo león, Coahuila, Durango y Sonora
Los ingredientes mestizos del Mayab	Yucatán y Quintana Roo

Fuente. Elaboración con datos de Travel by Mexico (2012)

Las rutas gastronómicas incluyen según la Secretaría de Turismo: 155 destinos turísticos, 31 Pueblos Mágicos, 9 ciudades Patrimonio de la Humanidad, 14 sitios naturales y culturales, 25 etnias, y más de 1,500 platillos y bebidas típicas de las diferentes regiones como son:

Tequila

El tequila es una bebida alcohólica originaria del municipio de Tequila, en el estado de Jalisco. Su elaboración consiste en la fermentación y el destilado del juego del agave azul (agave tequilana). Esta bebida se considera la más conocida internacionalmente y representativa del país.

Mezcal

El mezcal es una bebida alcohólica que se elabora a base de los azúcares extraídos de las cabezas o piñas maduras de varios tipos de agave. Es una bebida incolora o ligeramente amarillenta.

Pulque

El pulque también es una bebida alcohólica fermentada tradicional de México y de origen prehispánico. Se prepara a partir de la fermentación del mucílago, popularmente conocido

con el nombre de aguamiel, el agave o el maguey pulquero. Aunque se consume en todo el país, es especialmente popular en Guanajuato, Guerrero, Michoacán, Oaxaca, Puebla, Hidalgo, Veracruz y San Luis Potosí, entre otros.

Tacos

Los tacos son tortillas de maíz rellenas con pollo o cualquier otra variedad de carne, chiles rojos, verdes y amarillos, tomates y cebollas. Se puede decir que son un clásico en cualquier comida mexicana y, probablemente, uno de sus platos más conocidos internacionalmente.

Pozole blanco

De este pozole blanco también existen versiones rojas (como la que se hace en Jalisco) y la versión verde (habitual en la Costa de Michoacán). Es una sopa hecha a base de un tipo concreto de maíz conocido como cacahuazintle, a la que se le añade carne de cerdo o pollo como ingrediente complementario.

Camarón en aguachile

También denominado simplemente aguachile, es un plato mexicano original de la región de Sinaloa. Su ingrediente base son los camarones, aunque también se añaden otros ingredientes complementarios para potenciar su sabor.

Pan de cazón

Es una especialidad de Campeche, es como una lasaña tropicalizada a la gastronomía campechana de mar y tierra. Se usan tortillas, carne de cazón frijoles negros y salsa de habanero.

Tamales de chipilín

Chiapas es una de las regiones con más variedad de tamales en el país. El que más representa al estado es el de chipilín, que es una planta silvestre que realza las comidas regionales. En este caso, se revuelve la hierba con la masa y el relleno puede ser pollo o queso.

Guacamole

Se trata de una salsa elaborada con aguacate. Existen muchas variantes de una zona a otra pero los ingredientes más comunes son aguacate, cebolla, chile verde y unas gotas de limón, aunque muchas gentes le añaden tomate asado, seco o fresco.

Barbacoa

Es de borrego y se cocina con leña en un pozo. La carne se envuelve en pencas de maguey; y la cocción lenta es lo que le da ese sabor peculiar y esa textura para que se deshaga en la boca. Se come en tacos con limón, cebolla, cilantro y salsa verde con rábano picado.

Cuando se habla de la cocina mexicana también se hace referencia a sus sabores fuertes y ricos platillos. La comida se prepara con muchos condimentos y hierbas. Entre ellas destacan el achiote, una de las más importantes y características. El achiote es un ingrediente que da un color rojizo a los platos como al arroz y platos típicos del país, las preparaciones de los platos suelen ser muy condimentadas con muchas especies de origen mexicano y otras de muchas partes del mundo que se han adaptado a la cultura nacional.

También son habituales en muchos platos el epazote o la hoja santa y otras como el perejil, el clavo, la pimienta, el cilantro, la hierbabuena, el orégano o el cardamomo.

Mole

El mole no es un plato en sí mismo, sino una salsa que se puede preparar de muchas formas diferentes según la zona donde se elabore. Se hace para acompañar los platos de carne y suele llevar distintos tipos de chile, especies aromáticas fuertes y semillas diversas entre sus ingredientes.

Maíz

Como base de la mayor parte de las recetas mexicanas. En el país, se cultivan más de cuarenta y dos tipos diferentes de maíz. Una de las formas en que más se consume el maíz es la tortilla, pero es un insumo igualmente necesario para la preparación de casi todos los géneros de tamales, atoles y antojitos como chalupas, gorditas, molotes penques totopos entre otros. Sólo en México, se han identificado al menos 600 formas de preparar el maíz en la alimentación

Con el maíz se prepara el atole, pozole, tortillas, pozol, tacos, chilaquiles, esquites, tamales, totopos, sopas, quesadillas, sopes, tlacoyos, tetelas, gorditas, chileatole.

De acuerdo a, La Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), en México, el maíz forma parte de nuestra alimentación diaria, es el cultivo de mayor presencia en el país, constituye un insumo para la ganadería y para la obtención de numerosos productos industriales, por lo que, desde el punto de vista alimentario, económico,

político y social, es el cultivo agrícola más importante (Hernández 1971, Polanco y Flores 2008, SIAP 2008).

Arroz

Existen muchas variedades de arroces seco, lo hay blanco, verde con chile, amarillo con azafrán o achiote, negro con caldo de frijoles negros y además se puede acompañar con verduras conocido como arroz a la jardinera.

Frijol

Se acompaña con el maíz y es el ingrediente principal de más de un platillo (se dice que está presente en casi el 60% de las recetas), esta legumbre forma parte de la alimentación básica del mexicano desde hace aproximadamente 8,000 años.

De las 150 especies que existen en el mundo, 50 se encuentran en México. Este ingrediente es muy nutritivo por sí mismo: contiene muchos carbohidratos, proteínas, fibra, minerales y vitaminas del complejo B; sin embargo al mezclarlo con la tortilla, se convierte en un bocado tan nutritivo que consumir carne se vuelve una opción. Varía de acuerdo a la región en donde se produce o por su color hay negro, café, de pepa grande o pequeña. (CONABIO, 2016).

Aguacate

Ingrediente principal del guacamole, su color verdoso, su textura cremosa y por su excelente sabor lo hace uno de los platillos más apetecidos a la hora de comer.

Chile

En México existen más de 50 tipos de chiles, mismos que se consumen desde hace aproximadamente nueve mil años. Unos son más picosos y dulces que otros, e identificarlos con solo olerlos o saborearlos es una habilidad adquirida. Es un ingrediente esencial en muchas comidas, de hecho está presente en hasta 90% de las recetas, en rajas, picadito, o como ingrediente de salsas, adobos, moles y aderezos.

Calabaza

De esta planta, se consume –desde tiempos prehispánicos- tanto el fruto como la flor y las semillas, y principalmente dos variedades, la de Castilla, principalmente cultivada en el Altiplano, Pacífico y Golfo (norte y central de cada uno), y es la base de caldos, sopas y guarniciones, pero también de uno de los dulces más apreciados: las calabazas en tacha, con

piloncillo y especias. La calabacita larga es también muy usada, como guarnición en sopas, salsas, e incluso como ingrediente principal.

Nopal

El nopal está presente en la bandera nacional, junto a un águila devorando a una serpiente, es un símbolo de México ante el mundo. Este cactus tiene aproximadamente 200 especies, 101 de ellos se cultivan en el país y 68 son endémicas. Su uso es extenso, desde acompañante de tlacoyos y sopes, hasta ingrediente de ensaladas, jugos y guisos.

Chocolate

El chocolate, del náhuatl xocolatl, es el alimento que se obtiene mezclando dos productos derivados de la manipulación de las semillas del cacao, la pasta de cacao y la manteca de cacao. Los prehispánicos consideraban al cacao como un regalo de los dioses. Se elaboran distintos tipos de chocolate según su mezcla con otros insumos. El chocolate amargo o dulce es utilizado en platos fuertes como el mole o en recetas de repostería. También se toma el tradicional chocolate caliente y espumoso como bebida.

Epazote

El epazote es la hierba aromática mexicana por excelencia, se emplean sus tallos y hojas frescas. Epazote deriva del náhuatl epazotl, de epatl zorrillo y tzotl, de suciedad o sudor, debido a que fresco tiene un olor muy fuerte

En la cocina mexicana se emplea para darle sabor a los frijoles de olla, platillos como el mole de olla y el mole verde, en la preparación de pescados, así como ingrediente de la sopa de hongos, los esquites y el chile-atole. Es común también incluir una ramita de epazote a las quesadillas.

5. CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA GASTRONÓMICO

De acuerdo a Hernández (2015), el turista prefiere viajar acompañado, y tiene una capacidad de gasto por encima de la media. Busca destinos singulares, con un relato turístico auténtico y local, una identidad bien definida, de modo que la diferenciación es un factor clave. Por otro lado, valora los productos autóctonos y aprecia su protección y reconocimiento. Este tipo de turista demanda productos sostenibles, tradicionales y de cercanía. Exige calidad y un alto nivel de profesionalidad y servicio en todos los recursos que conforman el conjunto de la cadena de valor del turismo gastronómico.

Siguiendo con Hernández, el turista gastronómico convive con innovación y tradición, no sólo en cuanto a la oferta gastronómica, sino también en los hábitos de búsqueda de información, siendo grandes consumidores de nuevas tecnologías.

Por otro lado, entiende que la experiencia de viaje no son los días de desplazamiento, sino que comienza con la información y opciones de compra, y termina en su punto de origen, cuando valoran y comparten su viaje.

Finalmente, identifica la calidad como una suma de atractivos, desde la promoción, comercialización y gestión de la oferta de turismo gastronómico.

6. OBJETIVOS DEL TURISMO GASTRONÓMICO

De acuerdo a Johen (2015) el principal objetivo es dar a conocer y experimentar determinados tipos de comidas y bebidas particulares de una región además de ofrecerle las especialidades gastronómicas que se preparan con motivos o en fechas especiales y que coinciden con fiestas cívicas o culturales de importancia en la localidad o porque son de temporada. Otro objetivo es el de dar a conocer los diversos ingredientes de los platillos e incluso que el mismo turista aprenda a preparar los alimentos y que descubra nuevas sensaciones y experiencias culinarias.

A fin de lograr estos objetivos, se desarrollan una serie de actividades como: Asistencia a restaurantes típicos, visita a mercados en donde se vendan los productos de la región, asimismo, se busca la oportunidad de cocinar e incluso asistir a las fiestas locales y probar la comida preparada para la ocasión.

Política de fomento a la Gastronomía Nacional

En México, en el año 2015 se crea una política pública en materia de gastronomía la cual surge a casi cinco años de la designación de la cocina mexicana como patrimonio inmaterial de la humanidad por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

La Secretaría de Turismo, en conjunto con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, coordinan las acciones de las dependencias en esta iniciativa. Algunas secretarías involucradas son: la Secretaría de Educación Pública, de Relaciones Exteriores, de Economía y de Salud, entre otras. De igual forma participan activamente el Consejo Nacional de Ciencia

y Tecnología (Conacyt), Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (Conabio) y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta).

Otra de las labores de dicho grupo de trabajo es la de firmar acuerdos con los gobiernos estatales y crear estrategias para el impulso de las cocinas locales de todo el país. Para dar seguimiento y evaluar las estrategias implementadas se creó el Órgano Consultivo de la Gastronomía Mexicana en el cual participarán organizaciones civiles así como integrantes del sector privado

7. CONCLUSIONES

Durante todo el trabajo de investigación el objetivo fue documentar la importancia del turismo gastronómico como una alternativa más para generar mayores ingresos y buscar la generación de empleos en beneficio de la economía nacional. Asimismo, conocer las rutas gastronómicas y sus principales componentes. Esperamos que el presente trabajo motive a una mayor investigación sobre las rutas y servicios gastronómicos, así como a la búsqueda de propuestas innovadoras. Es necesario implementar el marketing de experiencias que se enfoca en que el cliente no adquiere productos sino experiencias. Las políticas públicas implementadas vienen a reforzar al sector, pero aún no se tienen los resultados de su efectividad.

BIBLIOGRAFÍA

- Baena, G. (2002). Instrumentos de Investigación, 22ª. reimp., Ed. Editores Unidos Mexicanos, México.
- Barceló, R. (2007). "Turismo y patrimonio alimentario: un análisis de conceptos". Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo-Plaza y Valdés Editores. México.
- Barrera, E. (2006) "Rutas Alimentarias. Estrategias culturales de desarrollo territorial" en Cuadernos del Patrimonio Cultural y Turismo, N° 15, Itinerarios culturales y rutas del patrimonio. México, CONACULTA. pp. 67-86.
- CANIRAC. (2015). Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados. canirac.org.mx/
- CONABIO. (2016) Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad www.conabio.gob.mx/
- CCGM. (2017) Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana. Recuperado: www.ccgmx.mx/

DATATUR (2017). Recuperado:<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

Diccionario Etimológico Chileno. [En línea]. Disponible en: <http://etimologias.dechile.net/?gastronomi.a> [agosto 15 de 2012]

García, M. G. (2010). Estudio de la literatura y modelos de negocio de la implantación de CRM-modelo cliente céntrico-como enfoque estratégico condicionante de la ventaja competitiva en la pyme: estudio empírico de la aplicación de un CRM-Modelo cliente céntrico-en agencias de viajes (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València).

Guía turística de Mexico (2017). Recuperado: www.travelbymexico.com

Hernández R. (2015). Gestión y planificación de rutas turísticas gastronómicas: estudio de caso en la provincia de Córdoba.

Hernández, X. (1971). Exploración etnobotánica y su metodología (no. rep-1951. cimmyt.)

Johen, J. y D. Pabón (2015) Turismo gastronómico, *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Recuperado: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2015/09/gastronomia.html>

La jornada, (2012). Recuperado: www.jornada.unam.mx/

López-Guzmán, T. J. y Sánchez, M. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 6 (2), pp. 159-171

Mitchell, R. y Hall, C. M. Barrera, E; Bringas, (2003). "Las rutas alimentarias: una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos". Recuperado:

Organización Mundial de Turismo (OMT). (2007). Entender el turismo: Glosario básico. World Tourism Organization Network, Madrid. Fecha de consulta: 12/01/2015. Disponible en: [Organizacion Mundialde Trismo media.unwto.org/.../2017.../segundo-informe-de-la-omt-sobre-turismo-gastronomico-](http://media.unwto.org/.../2017.../segundo-informe-de-la-omt-sobre-turismo-gastronomico-).

Organización Mundial de Turismo (OMT). (2017). Recuperado: mkt.unwto.org/publication/panorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2017

Polanco, J. y Flores A, (2008), *Bases para una política de I&D e innovación de la cadena de valor del maíz*, Foro Consultivo y Científico, A.C., México

REA: Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua. [En línea]. Disponible en: <http://www.rae.es> [agosto 15 de 2017].

Rochat, M. (2000). Marketing y Gestión de la Restauración. Barcelona: Gestión 2000.

Saramago, A. (2002) *Gastronomia, património cultural?* Recuperado: Com os Olhos no Futuro - Reflexões Sobre o Turismo em Portugal. ICEP, Lisboa, pp. 15-21

Schlüter, R., Y Thiel. D. (2008), "Gastronomía y turismo en Argentina Polo gastronómico Tomas Jofré", Pasos, *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6 (2), 249

SECTUR. (2016). Secretaria de Turismo Recuperado: www.sectur.gob.mx/

SIAP (2008) Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. Recuperado:<https://www.gob.mx/siap/>

Weaver, D. y L. Lawton (2002), "Overnight ecotourist market segmentation in the Gold Coast hinterland of Australia", *Journal of Travel Research*, 40, pp. 270-280.