



Experiencias gastronómicas para el diseño de productos turísticos de México

Gastronomic Experiences for Mexico's Touristic Design Products

JOSÉ FRANCISCO DOMÍNGUEZ ESTRADA*

Universidad del Caribe
México

FRANCISCO ORGAZ-AGÜERA**

Universidad Tecnológica de Santiago
República Dominicana

TOMÁS LÓPEZ-GUZMÁN ***

Universidad de Córdoba
España

SALVADOR MORAL CUADRA****

Universidad de Córdoba
España

* fdominguez@ucaribe.edu.mx

ID <https://orcid.org/0000-0002-8299-9860>

**franorgaz@utesa.edu

ID <https://orcid.org/0000-0002-4240-8640>

***tomas.lopez@uco.es

ID <https://orcid.org/0000-0001-8800-8223>

**** 162mocus@uco.es

ID <https://orcid.org/0000-0003-0853-7032>

Artículo de investigación

Recepción: 27 de febrero de 2025

Aceptación: 8 de octubre de 2025

<https://doi.org/10.52948/sosqua.v7i2.1246>

Cómo citar este artículo:

Domínguez, J., Orgaz-Agüera, F., López-Guzman, T., Moral, S. (2025). Experiencias gastronómicas para el diseño de productos turísticos de México. *Sosquua*, 7(2).

Reconocimiento-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND)

Resumen:

La presente investigación analiza el potencial de las experiencias culinarias para el diseño de productos turísticos en México, explorando las oportunidades y desafíos para su desarrollo y promoción. A partir del reconocimiento de la cocina mexicana como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en este estudio subraya su valor estratégico. Mediante un enfoque de métodos mixtos, que combina la revisión de literatura especializada con entrevistas a expertos del sector, se identificaron las principales modalidades de experiencias gastronómicas y se evaluaron sus beneficios tanto para los turistas como para las empresas. Los resultados indican que estas experiencias no solo mejoran la competitividad del destino al atraer a nuevos segmentos de visitantes y elevar su nivel de satisfacción, sino que también actúan como un vehículo para la promoción y salvaguarda de la cultura y las tradiciones locales. Como conclusión, el desarrollo de productos turísticos articulados en torno a la gastronomía es fundamental para fomentar un turismo sostenible que refleje la identidad única de México.

Palabras clave: gastronomía mexicana; turismo; experiencias gastronómicas; productos turísticos; México; turismo gastronómico.

Abstract:

This research analyzes the potential of culinary experiences for the design of tourism products in Mexico, exploring the opportunities and challenges for their development and promotion. Based on the recognition of Mexican cuisine as an intangible cultural heritage of humanity by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), this study underlines its strategic value. Using a mixed-methods approach, which combines the review of specialized literature with interviews with experts in the sector, the main modalities of gastronomic experiences were identified and their benefits for both tourists and companies were evaluated. The results indicate that these experiences not only improve the competitiveness of the destination by attracting new segments of visitors and raising their level

of satisfaction but also function as a vehicle for the promotion and safeguarding of local culture and traditions. In conclusion, the development of tourism products articulated around gastronomy is essential to promote sustainable tourism that reflects Mexico's unique identity.

Keywords: Mexican gastronomy; tourism; gastronomic experiences; touristic products; México; gastronomic tourism.

Introducción

En el contexto actual la búsqueda de experiencias auténticas y culturalmente ricas se ha convertido en una prioridad absoluta para los viajeros y la comida se ha transformado en un elemento esencial de las configuraciones diferenciadas de los productos turísticos. La exquisita riqueza culinaria de México, fruto de una fusión de tradiciones indígenas, europeas, africanas y asiáticas, proporciona un entorno propicio para el desarrollo de experiencias gastronómicas únicas que, además de deleitar el paladar, profundizan el conocimiento de la cultura local. Este estudio se justifica por la creciente importancia de la gastronomía como determinante de la elección del destino turístico y su potencial para contribuir al desarrollo del turismo sostenible en el país y descubrir experiencias gastronómicas por su capacidad para atraer nuevos visitantes, aumentar la satisfacción de los visitantes existentes y promover la cultura y tradiciones mexicanas.

En el panorama turístico contemporáneo, la demanda de autenticidad y enriquecimiento cultural ha posicionado a la gastronomía como un componente central en la diferenciación de destinos. La riqueza culinaria de México, resultado de un sincretismo histórico entre tradiciones indígenas, europeas, africanas y asiáticas, ofrece un terreno fértil para la creación de experiencias turísticas memorables que transcinden la mera degustación. Este estudio se justifica ante la creciente influencia de la oferta gastronómica en la elección de destinos y su notable potencial para impulsar un modelo de turismo sostenible. La capacidad de las experiencias culinarias para atraer nuevos perfiles de viajeros, fidelizar a los existentes y actuar como salvaguarda de la cultura local, las convierte en un objeto de estudio prioritario.

La pregunta central de este estudio es: ¿Cómo pueden las experiencias gastronómicas contribuir al diseño de productos turísticos innovadores y culturalmente relevantes en México? Las hipótesis propuestas en este trabajo sugieren que el desarrollo estratégico de experiencias gastronómicas que capitalicen la diversidad culinaria y el patrimonio cultural de México podría mejorar significativamente la competitividad turística del país. El objetivo general de este estudio es analizar el papel de las experiencias gastronómicas en el diseño de productos

turísticos mexicanos que satisfagan las demandas actuales de autenticidad y experiencias culturales. Para lograr este objetivo se desarrollaron los siguientes objetivos específicos:

- 1) Identificar los principales tipos de experiencias gastronómicas ofrecidas en México y su potencial para atraer turistas.
- 2) Evaluar la influencia de la gastronomía en la elección de destinos de viaje de los viajeros.
- 3) Analizar el papel de los productos turísticos en elementos clave del desarrollo de rutas gastronómicas.
- 4) Explorar las últimas innovaciones en la gastronomía mexicana para enriquecer la experiencia del visitante.
- 5) Estudiar el papel de la gastronomía en la preservación y promoción de la cultura mexicana.

Para lograr estos objetivos emplearemos un enfoque de investigación mixto, combinando una revisión bibliográfica con entrevistas a expertos en turismo y gastronomía. Este enfoque no solo brindará información sobre las tendencias actuales y futuras del turismo gastronómico, sino que también identificará estrategias eficaces de desarrollo y promoción. Así, contribuye al diseño de productos turísticos que reflejen el rico patrimonio culinario de México y fomenten una comprensión más profunda de su cultura e historia.

Antecedentes

Reflexión sobre definición y características de las experiencias gastronómicas para el diseño de productos turísticos de México

El turismo gastronómico se define como el desplazamiento de visitantes, ya sean turistas o excursionistas, cuyo motivo principal es la gastronomía. Esta motivación puede manifestarse en diversas actividades, como la degustación de platillos en restaurantes, la participación en festivales culinarios, la realización de rutas gastronómicas especializadas o la búsqueda de experiencias de aprendizaje culinario (Hall y Mitchell, 2002; Brito y Botelho, 2018; Oliveira, 2007; Schlueter y Thiel, 2008). Autores como Leal (2011), Carvalho (2023), Fusté-Forné et al. (2020), Huertas et al. (2020) y Domínguez (2021) enfatizan el carácter experiencial de este tipo de turismo en la sociedad postindustrial, donde la inmersión sensorial (ver, oler, degustar) y la participación en la preparación de alimentos típicos del destino, generan experiencias enriquecedoras a través de nuevos sabores, colores, técnicas de cocción e ingredientes. La

gastronomía, con sus raíces profundas en las culturas clásicas (Kivela, 2006; Jones y Jenkins, 2002), influye significativamente en la elección del destino (Schlüter, 2009). Kim y Zapata-Ramos (2018), Millán et al. (2014), Contreras (2021), de Esteban et al. (2015), Fandos y Puyuelo (2013) y Henderson (2009) amplían esta perspectiva al incluir no solo restaurantes, sino también mercados, tiendas especializadas, festivales y escuelas de hotelería como puntos de interés para el turista gastronómico. Así, se consolida un concepto integral que abarca desde la producción hasta el consumo y la educación culinaria.

Metodología

Para profundizar en las preguntas de investigación y alcanzar los objetivos planteados, este estudio empleó un enfoque de métodos mixtos, combinando una revisión bibliográfica, un cuestionario y entrevistas semiestructuradas. Su carácter exploratorio lo hizo ideal para comprender mejor las experiencias gastronómicas mexicanas y su potencial para el desarrollo turístico. La combinación de métodos cualitativos y cuantitativos permitió captar las percepciones, opiniones y experiencias tanto de turistas como de prestadores de servicios turísticos, proporcionando una perspectiva integral del fenómeno en estudio.

La revisión bibliográfica sentó las bases teóricas, situando el estudio en el marco actual del turismo gastronómico, la cocina mexicana y el diseño de productos turísticos. Se realizó una búsqueda sistemática utilizando palabras clave específicas en bases de datos como Scopus, Web of Science, Google Scholar y Dialnet para garantizar la relevancia y la actualidad de la información. Esta fase fue crucial para comprender las tendencias actuales, identificar las lagunas de investigación y establecer una base sólida.

La población de estudio se conformó por turistas nacionales e internacionales que han participado en experiencias gastronómicas en México y proveedores de servicios turísticos (chefs, restauranteros y organizadores de tours). Estos grupos fueron seleccionados por su involucramiento directo con la gastronomía mexicana como elemento clave del turismo. Para la recolección de datos cuantitativos, se aplicaron encuestas con un diseño mixto (opciones cerradas, abiertas y escala Likert), facilitando una evaluación integral de actitudes y percepciones. La encuesta abordó preferencias gastronómicas, influencia en la elección del destino y satisfacción general. Adicionalmente, se realizaron entrevistas semiestructuradas para una exploración en profundidad de experiencias personales y opiniones, así como análisis de contenido de material promocional para identificar estrategias de promoción.

Como nota crítica sobre la metodología, a pesar de la rigurosidad en la aplicación de un enfoque mixto es fundamental señalar una limitación crítica en la fase de recolección de datos:

la dificultad para asegurar una muestra completamente diversa y representativa de turistas y proveedores de servicios. Si bien se emplearon estrategias de muestreo intencionado y triangulación metodológica para mitigar este desafío, la restricción de tiempo y recursos inherente a la investigación pudo haber introducido un sesgo en la representatividad de los participantes. Lo anterior implica que, aunque los hallazgos son robustos para la muestra estudiada, su generalización a la totalidad de la población turística y de prestadores de servicios gastronómicos en México debe interpretarse con cautela. La naturaleza exploratoria de las muestras no probabilísticas y sus limitaciones operativas las hacen valiosas para su aplicación.

Sin embargo, si bien sus resultados reflejan tendencias y percepciones generales dentro de la población accesible, podrían no captar plenamente la heterogeneidad del fenómeno. Esto es crucial para contextualizar las conclusiones y orientar futuras investigaciones para validar estos hallazgos en poblaciones más amplias y diversas, utilizando métodos que permitan una selección de muestras más aleatoria. La presente investigación sienta las bases, pero la expansión y profundización requieren superar estas barreras muestrales para alcanzar una validez externa más sólida.

La metodología adoptada facilitó la exploración en profundidad del papel de las experiencias gastronómicas en el turismo mexicano, permitiendo responder a la pregunta de investigación y alcanzar los objetivos planteados. No obstante, se reconoce la necesidad de estudios futuros con muestras más amplias y metodologías mixtas para profundizar y expandir los hallazgos de esta investigación.

Resultados

La gastronomía mexicana, reconocida por su vasta riqueza en sabores, ingredientes y tradiciones, se ha consolidado como un pilar de la oferta turística del país. Este apartado presenta los hallazgos del estudio, que se centran en analizar las características culinarias más valoradas por los visitantes, la popularidad de ciertos platillos, la tipología de las experiencias gastronómicas, los desafíos del sector y las estrategias para fomentar su sostenibilidad. Datos cuantitativos revelan que el 85% de los turistas citan la gastronomía como un factor decisivo al elegir México como destino de viaje y el 92% expresa una alta satisfacción con su experiencia culinaria. Un análisis cualitativo basado en entrevistas profundiza en estos datos, revelando una clara preferencia por la autenticidad y la calidad de los ingredientes.

Los turistas no solo buscan experimentar la gastronomía, sino también comprender su contexto cultural, como lo demuestra su creciente interés en interactuar con chefs, participar en talleres de cocina y aprender sobre el origen de los ingredientes. Se observa una interesante

dualidad en las preferencias: por un lado, un aprecio por la cocina tradicional y los sabores intensos y, por otro, una apertura hacia propuestas de fusión y alta cocina. Esta diversidad de gustos reafirma el potencial de la oferta culinaria mexicana para atraer a distintos segmentos del mercado. A continuación, se desglosan los resultados en función de los objetivos específicos de la investigación.

Objetivo 1. Identificar los principales tipos de experiencias gastronómicas en México y su potencial turístico

Explorando la gastronomía mexicana como experiencia turística. El estudio hecho ha demostrado la diversidad y riqueza de las experiencias de la comida mexicana, manifestando su capacidad para generar turismo. El estudio de los distintos tipos de vivencias en torno a la comida, desde los itinerarios en torno a la comida hasta las cocinas de región, ha evidenciado que los turistas resaltan las particularidades de la comida que más les gusta. Por ello, se ha descubierto que las vivencias alimenticias mexicanas son más amplias que la simple percepción de alimentos, entre ellas se encuentran actividades como clases de cocina, paseos por los comercios de la zona, compras y vivencias de agroturismo.

Las rutas alimenticias que unen diferentes zonas y sus particularidades en la cocina son vistas como una potente herramienta para estimular a viajeros deseando conocer la diversidad de alimentos de la nación. El análisis detallado de las experiencias gastronómicas en México revela una rica diversidad que va más allá de la mera degustación. Se identificaron trece categorías principales que demuestran el potencial del país para atraer a un amplio espectro de turistas, desde aquellos interesados en la autenticidad culinaria hasta los que buscan innovación y aprendizaje. A continuación, les presentamos algunos de los tipos más comunes que incluyen las experiencias de viajes y comida en México, los cuales se pueden dividir en los siguientes tipos (Tabla 1).

Tabla 1. Tipos de experiencias gastronómicas

Tipo de experiencia	Descripción
Gastronómicas tradicionales	Permiten saborear la cocina tradicional mexicana en un ambiente auténtico. Incluyen visitas a mercados locales, clases de cocina y talleres culinarios
Gastronómicas contemporáneas	Permiten saborear la cocina mexicana contemporánea. Incluyen visitas a restaurantes de alta cocina, catas de vino y maridajes
Gastronómicas culturales	Combinan la gastronomía con otros elementos culturales, como la música, la danza y el arte. Estas experiencias incluyen recorridos gastronómicos, festivales y eventos culinarios especiales en ciudades

	coloniales
Cena en un restaurante tradicional	Permiten saborear la auténtica cocina mexicana en un ambiente tradicional. Los restaurantes tradicionales ofrecen una variedad de platillos tradicionales mexicanos
Rutas gastronómicas	Permiten saborear la cocina tradicional mexicana en un ambiente auténtico. Incluyen visitas a mercados locales, clases de cocina y talleres culinarios. Los tours temáticos conectan diferentes regiones y sus características culinarias, permitiéndote explorar la riqueza de la cocina mexicana. Estos tours van más allá de las simples degustaciones para profundizar en la cultura y la preparación de cada platillo
Talleres y clases de cocina	Ofrecen una muestra de la cocina mexicana contemporánea. Incluyen visitas a restaurantes de alta cocina, catas de vino y maridajes. A través de estas actividades interactivas, los participantes aprenden técnicas de cocina y preparan platillos auténticos bajo la guía de chefs locales o de renombre. Estas experiencias profundizan su apreciación por los ingredientes y las tradiciones culinarias
Catas de vino y mezcales	Ofrecen una variedad de vinos, licores y mezcales mexicanos. Son la manera perfecta de experimentar la diversidad de bebidas alcohólicas de México
Degustaciones gastronómicas	Estas catas ofrecen una variedad de platillos y postres mexicanos. Degustará diversas especialidades locales y aprenderá sobre la historia y la cultura de la cocina mexicana
Visita a mercados y productores locales	Combinan la gastronomía con otros elementos culturales como la música, la danza y el arte. Incluyen recorridos gastronómicos, festivales y eventos culinarios únicos en ciudades coloniales en donde se experimenta la vida local paseando por mercados tradicionales, conociendo y comprando ingredientes locales frescos, e interactuando directamente con los productores locales. Estas visitas le permiten comprender plenamente la cadena de valor culinaria
Agroturismo gastronómico	Cena con auténtica cocina mexicana en un entorno tradicional. Restaurantes tradicionales ofrecen una variedad de platillos tradicionales mexicanos. Experiencias que combinan turismo rural y gastronomía, como visitas a plantaciones de agave, cafetales, viñedos y granjas orgánicas, ofrecen la oportunidad de aprender sobre los orígenes y la producción de alimentos y bebidas
Festivales y eventos culinarios	Estos tours incluyen visitas a mercados, cocinas y otros espacios culinarios. Ofrecen oportunidades para aprender sobre la historia y la cultura de la cocina mexicana y degustar una variedad de platillos. Son eventos regulares que reúnen a productores, chefs y amantes de la gastronomía para explorar el mundo de la gastronomía. Los visitantes pueden degustar platillos de temporada, asistir a demostraciones de cocina y sumergirse en un ambiente festivo que celebra la diversa cultura culinaria de la región
Alta cocina y tradicional	Estas clases le permiten aprender a preparar platillos tradicionales mexicanos. Ofrecemos una amplia gama de opciones, desde restaurantes vanguardistas que reinterpretan la cocina mexicana con técnicas innovadoras hasta establecimientos tradicionales que conservan y sirven recetas ancestrales
Restaurantes gourmet	Los restaurantes gourmet ofrecen una experiencia gastronómica única y de alto nivel. A su vez, los eventos culinarios son una maravillosa oportunidad para celebrar la gastronomía mexicana y disfrutar de la comida, la música y el baile

Con base en la Tabla 1 creamos el siguiente gráfico de barras horizontales, que muestra primero la inversión financiera promedio de los turistas en diversas experiencias culinarias. El gasto varía significativamente, lo que indica diferentes segmentos de mercado y propuestas de valor: cenar en un restaurante gourmet es la experiencia más cara, con un gasto promedio de \$350 por turista. Esto sugiere que un cierto segmento de turistas está dispuesto a invertir fuertemente en gastronomía de alta gama. Los tours culinarios tienen el segundo gasto promedio más alto, con \$250. Estos datos resaltan el valor percibido de la inmersión cultural y culinaria que ofrecen estos tours estructurados. Experiencias como el agroturismo culinario (\$150) y los talleres y clases de cocina (\$150) tienen niveles de gasto moderados, lo que refleja un interés en actividades más atractivas y educativas.

Las opciones más económicas incluyen degustaciones (\$80) que, aunque tienen un precio más bajo por artículo, son cruciales para la inmersión cultural y pueden atraer a un público más amplio. En general, esta cifra resalta el potencial económico de la diversidad culinaria, permitiendo a los operadores turísticos diseñar productos adaptados a diferentes presupuestos y expectativas de gasto, desde experiencias de lujo hasta opciones más asequibles y auténticas (Figura 1).

Figura 1. Gasto promedio según el tipo de experiencia gastronómica



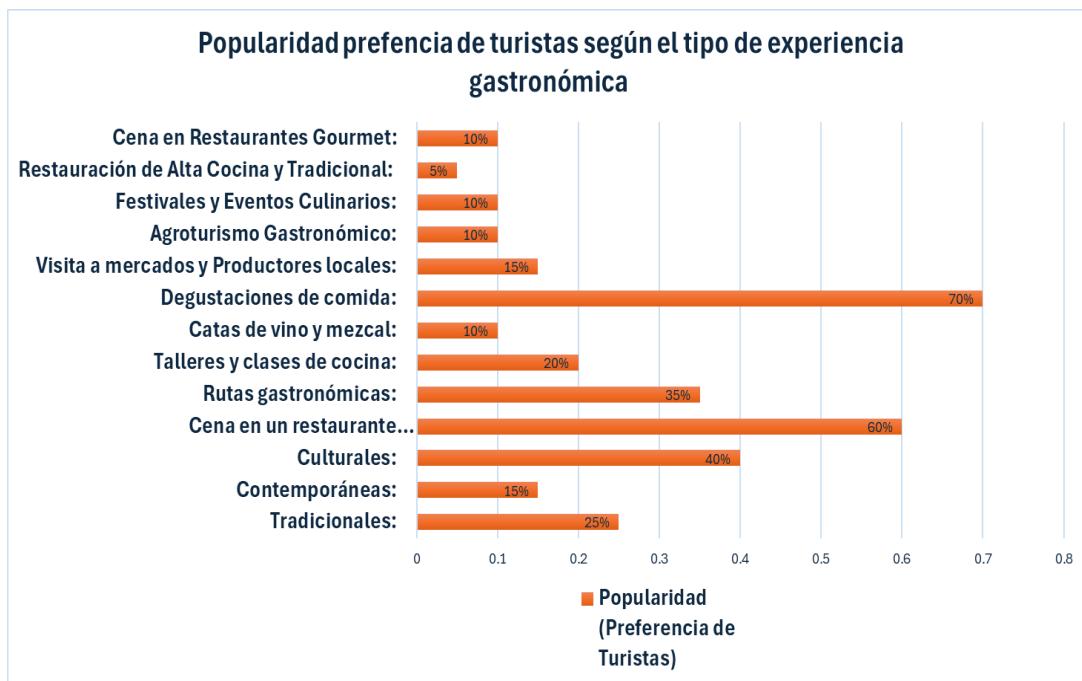
El segundo gráfico de barras horizontales muestra las preferencias de los viajeros por diferentes tipos de experiencias culinarias, lo que proporciona información sobre la demanda dentro de cada categoría: las catas de comida son las más populares, con una tasa de preferencia del 70%. Esto demuestra que los viajeros valoran la oportunidad de probar una variedad de cocinas en un entorno céntrico y conveniente. La cena en un restaurante tradicional ocupa el segundo lugar, con una tasa de preferencia del 60%, lo que evidencia aún más el atractivo de la cocina auténtica y el ambiente local. Los tours gastronómicos y las experiencias culturales también son muy solicitados, con tasas de preferencia del 35% y el 40%, respectivamente, lo que expone un gran interés en las experiencias culturales a través de la comida.

Por su parte, los talleres y clases de cocina (20%), las experiencias tradicionales (25%) y las visitas a mercados y productores locales (15%) son moderadamente populares, lo que indica que, si bien estas actividades no son las más populares, atraen a un nicho de mercado interesado en participar y obtener una comprensión más profunda. Las experiencias en restaurantes de alta cocina y gourmet (10% y 10%, respectivamente), así como el agroturismo gastronómico (10%) y las catas de vino y mezcal (10%) son menos populares en general; sin

embargo, atraen a segmentos específicos que buscan experiencias únicas y especializadas (Figura 1).

La combinación de ambas gráficas permite identificar que, si bien las experiencias de mayor gasto (como las cenas en restaurantes gourmet) no son las más populares en términos de preferencia general, sí atraen a un segmento dispuesto a invertir más. Por otro lado, las experiencias más populares (degustaciones de comida o cena en restaurante tradicional) tienen un gasto promedio más bajo, lo que indica su accesibilidad y atractivo masivo. Este análisis conjunto es crucial para el diseño estratégico de productos turísticos que equilibren la demanda, la rentabilidad y la autenticidad cultural.

Figura 2. Popularidad preferencia de turistas según el tipo de experiencia gastronómica



Cocina regional mexicana. Al analizar las diversas variedades de la cocina mexicana, Cárdenas-Castro et al. (2019) señalaron que la cocina mexicana es una de las más consumidas en el mundo. La cocina mexicana es una fusión de cocinas de diversas culturas prehispánicas, que incorpora elementos de las cocinas española, africana y de Oriente Medio. Esto da como resultado los ricos sabores y platillos tradicionales que la hacen única. Los ingredientes más consumidos en las salsas mexicanas se han estudiado individualmente, pero no en combinación. Los chiles son un alimento mexicano por excelencia, y el clima y la geografía únicos del país permiten la más diversa gama de ingredientes. Desafortunadamente, solo el

14% de la población mexicana tiene una dieta saludable, mientras que el 86% restante enfrenta desafíos nutricionales.

Como resultado, la obesidad, la diabetes y otras enfermedades crónicas son causas importantes de enfermedad entre los mexicanos. Sin embargo, la investigación sobre los beneficios de la dieta mexicana para la salud es limitada. En consecuencia, Youssef y Spence (2021) descubrió que la cocina tradicional mexicana incluye una amplia variedad de ingredientes, productos silvestres e insectos. También incluye el consumo de salsas elaboradas con chiles, tomates, cáscaras de tomate, cebollas, ajo, cilantro y sal.

La gastronomía mexicana es diversa y refleja la cultura de su gente, pero sus enfoques creativos ofrecen una amplia variedad de experiencias, ya que la disminución del consumo de alimentos tradicionales saludables y el aumento de azúcares añadidos, dietas ricas en grasas y alimentos procesados se asocian con enfermedades crónicas. La gastronomía regional de México refleja la diversidad cultural y geográfica del país. Cada región tiene sus propios ingredientes, sabores y técnicas culinarias que la distinguen de otras regiones. Así, la Tabla 2 resume en una lista las diferencias en la gastronomía regional mexicana.

Tabla 2. Diferencias entre las cocinas regionales de México

Región	Ingredientes	Sabores	Técnicas de cocina	Platillos representativos	Bebidas	Influencias
Norte	Carne de res, cerdo, queso	Picantes, robustos	Parrilla, horno	Carne asada, machaca, cabrito	Pulque, cerveza	Cocina estadounidense y española
Centro	Maíz, frijoles, chiles	Suaves, equilibrados	Olla, comal	Pozole, tacos, tamales	Tequila, mezcal	Cocina española e indígena
Sur	Mole, chocolate, especias	Complejos, exóticos	Metate, molcajete	Mole, enchiladas, tlayudas	Horchata, atole	Cocina indígena, africana y del Medio Oriente

Nota. Elaboración propia con base en Wolff (2022), Molina-Castillo et al. (2023), López et al. (2017).

Las cocinas regionales de México combinan una amplia gama de sabores, ingredientes y técnicas culinarias, reflejando la riqueza cultural y geográfica del país. Cada región tiene sus propias características culinarias únicas que la distinguen de las demás.

Ingredientes de la cocina mexicana. La cocina mexicana refleja la rica historia y cultura del país, con una amplia gama de ingredientes, desde lo tradicional hasta lo moderno. La combinación de sabores, texturas y colores crea una experiencia culinaria única. Como aspectos para considerar están, primero, los métodos de cocción los cuales pueden influir en

las propiedades nutricionales y sensoriales de las flores comestibles; segundo, conocimientos tradicionales pues la información sobre los métodos de cocción se ha transmitido de generación en generación; tercero, algunas flores comestibles deben hervirse para eliminar sustancias nocivas a partir de sus compuestos; cuarto, la diversidad de ingredientes de México permite combinaciones culinarias únicas. Al explorar los ingredientes utilizados en la cocina mexicana, su significado cultural y culinario es particularmente importante (Tabla 3). A continuación, se presenta un resumen de los puntos clave.

Tabla 3. Ingredientes en la cocina mexicana

Ingrediente	Descripción	Importancia	Influencia
Maíz	Base de la cocina mexicana	Tortillas, tamales, pozole y otros platillos	Mesoamericana
Chiles	Aportan sabor y picor a la comida	Jalapeño, poblano y habanero	
Frijoles	Fuente de proteína y fibra	Utilizados en sopas, refritos y como acompañamiento	
Flores comestibles	Utilizadas por su sabor y propiedades nutricionales	Agave, yuca, árbol de coral y calabaza	
Carne y huevos	Ingredientes comunes en la cocina mexicana	Utilizados en diversos platillos	
Otras influencias culturales	Enriquecen la cocina	Especias, hierbas, vegetales	Europeo

Fuente: Elaboración propia con base en Santos et al. (2019), Méndez (2024), Molina-Castillo et al. (2023) y Mulík et al. (2022).

Características culinarias más valoradas. Estas características culinarias más valoradas fueron identificadas a partir de las respuestas de los turistas encuestados; reflejan sus preferencias y valoraciones en relación con la gastronomía mexicana. A continuación, en la Tabla 4 se describen las características culinarias más valoradas por los turistas.

Tabla 4. Características culinarias más importantes

Autenticidad:	Los turistas aprecian enormemente la auténtica cocina mexicana. Valoran el uso de ingredientes frescos y tradicionales, así como las técnicas de cocción que reflejan la autenticidad de la gastronomía mexicana.
Diversidad de sabores:	Los turistas destacan la diversidad de la gastronomía mexicana. Aprecian las combinaciones de ingredientes y especias que crean sabores únicos y diversos, desde picantes hasta suaves y equilibrados.
Presentación creativa:	Los turistas aprecian la presentación creativa de los platillos. Valoran la belleza y el cuidado de la comida, así como la atención al detalle que hace que la experiencia culinaria sea visualmente más atractiva.
Uso de ingredientes locales:	Los turistas valoran el uso de ingredientes locales en la gastronomía mexicana. Aprecian el énfasis de la gastronomía mexicana en la sostenibilidad y la promoción de productos locales, lo que les permite experimentar sabores auténticos y contribuir al apoyo a las comunidades locales.

Innovación culinaria:	Algunos turistas también expresan interés en la innovación culinaria. Valoran la creatividad de las fusiones modernas y las reinterpretaciones de platillos tradicionales, lo que les permite experimentar con nuevas combinaciones de sabores y texturas.
------------------------------	--

Platillos mexicanos más auténticos y populares. Si bien las preferencias por los platillos mexicanos más auténticos y populares varían entre los turistas, algunos son ampliamente reconocidos y venerados (Tabla 5).

Tabla 5. Platos mexicanos más auténticos

Tacos	Los tacos son uno de los platillos más emblemáticos de la cocina mexicana. Los turistas disfrutan con frecuencia de una variedad de platillos, como tacos al pastor, tacos de carne asada, tacos de pescado y tacos de carmitas. Las tortillas suaves, combinadas con deliciosos rellenos y servidas con salsas y condimentos, hacen de los tacos un platillo popular entre los turistas
Guacamole	El guacamole, elaborado principalmente con aguacate, cebolla, tomate, cilantro y limón, es otro platillo mexicano muy apreciado. Los turistas suelen disfrutar de su sabor refrescante y suave; se suele consumir como guarnición o como aderezo para totopos (tacos)
Mole	El mole es una salsa espesa y rica hecha con chiles y especias, a menudo infusionada con diversos ingredientes, como chocolate, fruta, nueces y semillas. Se considera uno de los platillos más emblemáticos de la cocina mexicana, venerado por sus sabores complejos y su rica historia culinaria
Ceviche	El ceviche es un platillo de mariscos marinado en jugo de limón o lima y cubierto con cebolla, chiles, cilantro y aguacate. Su sabor ligero y refrescante realza los sabores naturales de los mariscos y es uno de los favoritos entre los turistas, especialmente en la costa de México
Tamales	Los tamales son una masa de maíz tradicional rellena de diversos ingredientes, como carne, queso, chiles o frijoles, envuelta en hojas de maíz y cocinada al vapor. Los turistas suelen disfrutar de su textura suave y la fusión de sabores, considerándolos una auténtica experiencia culinaria mexicana

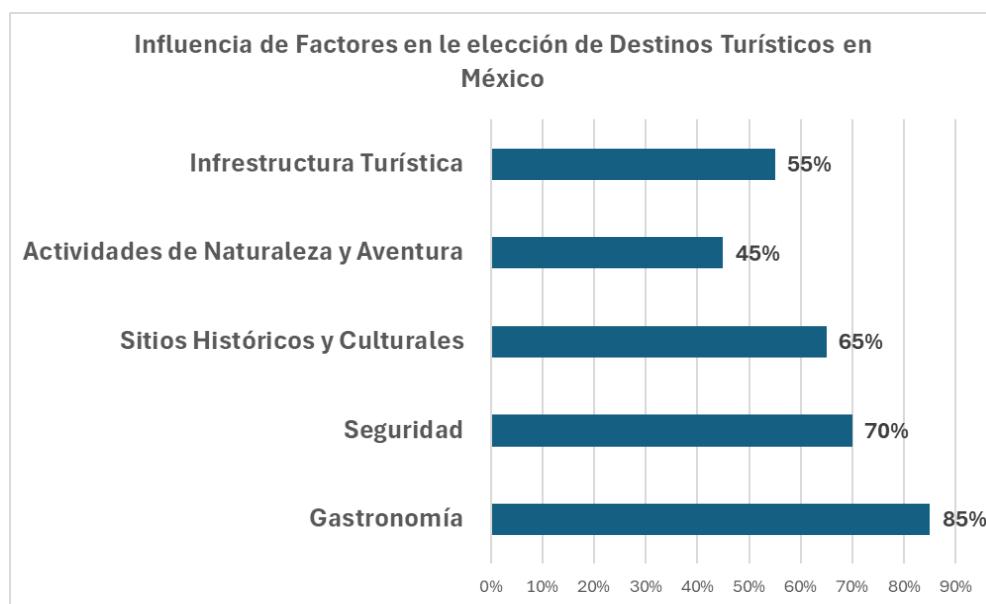
Estos son solo algunos ejemplos de platillos que generalmente se consideran auténticos y populares entre los turistas. La cocina mexicana es tan diversa, con tantos sabores y preparaciones diferentes, que cada visitante puede encontrar su favorito y descubrir otros platillos igualmente auténticos y deliciosos.

Objetivo 2. Evaluar la influencia de la gastronomía en la elección de destinos de viaje

La evaluación de la influencia de la gastronomía en la decisión de viaje de los turistas arrojó resultados contundentes. Un 85% de los encuestados afirmó que la oferta culinaria es un factor determinante en su elección de México como destino. Este porcentaje subraya la relevancia estratégica de la gastronomía no solo como un complemento, sino como un motor principal del turismo. Complementariamente, el 70% de los visitantes expresó un alto nivel de satisfacción con respecto a la seguridad, lo que indica que la calidad y autenticidad de la cocina mexicana

no solo atraen, sino que también cumplen y superan las expectativas. Este alto nivel de satisfacción es crucial, ya que fomenta la fidelización turística y el boca a boca, ambos cruciales para el turismo sostenible. Estos datos demuestran la importancia de invertir en y promover experiencias culinarias de alta calidad para atraer y fidelizar turistas, consolidando la posición de México como un destino culinario de primer nivel (Figura 3). En ese sentido, se observa que la gastronomía es un factor determinante para el 85% de los viajeros, superando a otros elementos como la seguridad o el costo del viaje, y solo ligeramente por debajo de la cultura general y los sitios históricos.

Figura 3. Influencia de factores en la elección de un destino turístico en México



La investigación concluida ha demostrado que la comida tiene una gran influencia en la decisión de los lugares a los que se viaja, particularmente en tierras mexicanas. El estudio de los viajes a restaurantes ha demostrado una gran atracción por parte de los viajeros en querer investigar la diversidad de la comida de su país, haciendo que esta sea un elemento que determine qué tan lejos pueden llegar a ir. De igual forma ha sido detectado un incremento en la petición de vivencias alimenticias auténticas, que los viajeros desean relacionarse con la civilización culinaria de su destino, tomar parte en clases de cocina, ir a mercados tradicionales y conocer los comercializadores de la zona (Tabla 6).

Tabla 6. Popularidad actual de las experiencias gastronómicas en México

Aspectos	Descripción	Impacto
----------	-------------	---------

Tendencia popular	La gastronomía se ha convertido en una tendencia popular en el turismo, particularmente en México	Mayor interés en las experiencias gastronómicas
Patrimonio inmaterial	Los festivales gastronómicos, las tradiciones culturales y las costumbres locales juegan un papel fundamental en el patrimonio inmaterial de México	Mayor reconocimiento de la cultura mexicana
Enfoques innovadores	Diversidad de eventos relacionados con la comida en diferentes partes del país	Mayor atractivo turístico
Importancia económica y sociocultural	La gastronomía es importante para el desarrollo del turismo en México	Mayores ingresos por turismo y oportunidades de empleo
Industria de turismo gastronómico	Surgimiento de una industria de turismo gastronómico en México	Mayor reconocimiento de la cocina y la cultura mexicana a escala global
Popularidad	Las experiencias gastronómicas en México se han convertido en una parte integral de la industria turística del país	Es probable que sigan siendo populares en los años venideros

Nota. Elaboración propia con base en Naumov y Costandachi (2020) y Reyes Uribe (2017).

Factores que influyen en la popularidad de las experiencias gastronómicas en México. La popularidad de las experiencias gastronómicas se ve influenciada por diversos factores, como la participación de chefs reconocidos, las tradiciones culinarias locales, el compromiso con la calidad y la autenticidad, la publicidad, la seguridad alimentaria, los hábitos y tradiciones alimentarias, la salud mental, la percepción de la salud, la motivación y los cambios en el estilo de vida, la imagen corporativa, el valor de marca y la autenticidad.

Ahora bien, algunas de las tareas a desarrollar son las siguientes: ejecutar experiencias gastronómicas auténticas, de alta calidad y culturalmente relevantes; promover experiencias gastronómicas utilizando plataformas como Instagram y el boca a boca; garantizar la seguridad alimentaria y promover los hábitos y tradiciones alimentarios locales; considerar el bienestar psicológico de los turistas y ofrecer opciones saludables; así como dar forma a una imagen empresarial positiva y un fuerte valor de marca; investigar el impacto de las experiencias gastronómicas en la satisfacción, la lealtad y las percepciones de valor del cliente (Tabla 7).

Tabla 7. Factores que inciden en la popularidad de las experiencias gastronómicas en México

Factor	Descripción	Impacto
Participación de chefs famosos	Aumenta el interés y la popularidad	Mayor atractivo para los turistas
Enfoque en el patrimonio gastronómico local	Conecta la comida con la cultura	Experiencia más auténtica y memorable

Calidad y autenticidad	Factores clave en la elección de experiencias gastronómicas	Mayor satisfacción del cliente
Publicidad	Instagram y el boca a boca tienen un gran poder predictivo	Mayor visibilidad y alcance
Seguridad alimentaria	La seguridad de los alimentos y bebidas locales es importante	Mayor confianza y tranquilidad
Hábitos y tradiciones alimentarias	La localidad de los alimentos y bebidas en consonancia con la cultura del destino es importante	Experiencia más auténtica y cultural
Bienestar psicológico	El bienestar psicológico de los turistas influye en la importancia de las experiencias gastronómicas	Mayor disfrute y satisfacción
Percepción de salud	Los niveles de percepción de salud de los turistas pueden influir en la elección de experiencias gastronómicas	Mayor interés en opciones saludables
Motivación	La comida puede ser un motivo de viaje para algunos turistas	Mayor interés en experiencias gastronómicas
Cambios en el estilo de vida	Salir a cenar es cada vez más común	Mayor demanda de experiencias gastronómicas
Imagen empresarial	La imagen resultante de una experiencia gastronómica impacta en la lealtad del cliente	Mayor satisfacción y fidelización
Valor de marca	El valor de marca confiere valor a los productos y servicios gastronómicos	Mayor confianza y percepción de calidad
Autenticidad	La experiencia gastronómica auténtica está fuertemente asociada con la sensación de significado del viaje	Mayor satisfacción y valor percibido
Elementos tangibles e intangibles	Ambos contribuyen a una excelente experiencia gastronómica general	Mayor satisfacción y recuerdos memorables

Nota. Elaboración propia con base en Lin et al. (2022), Sánchez-Vargas et al. (2022), Romero et al. (2017), Fandos y Puyuelo (2012), Gutiérrez-Sánchez et al. (2024), García (2017), Hernández-Rojas y Huete-Alcocer (2023), Lino (2023), López-Guzmán (2012), Morán et al. (2023) y Romero et al. (2017).

Objetivo 3. El papel de los productos turísticos en el desarrollo de las rutas gourmet

Los productos turísticos desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de las rutas gourmet de México. Estos productos incluyen diversos elementos, como restaurantes, hoteles, tours y atracciones. Ofrecen a los turistas una experiencia gourmet gratificante, promueven la gastronomía local y ayudan a atraer más visitantes. Este estudio enfatiza que los productos turísticos son esenciales para el diseño y el éxito de las rutas gourmet de México. Estos productos van más allá de la gastronomía en sí, abarcando un ecosistema de servicios y atracciones que enriquecen la experiencia turística. Los elementos clave incluyen aspectos mencionados a continuación.

Los restaurantes son el corazón de cualquier ruta gourmet, ofreciendo a los turistas la oportunidad de degustar la gastronomía local en un ambiente auténtico. Una amplia gama de restaurantes, desde tradicionales hasta de alta cocina, es esencial para satisfacer las expectativas de los diversos grupos turísticos.

Los hoteles ofrecen alojamiento básico y, a menudo, incorporan experiencias culinarias a través de paquetes turísticos que incluyen cenas, degustaciones o experiencias culinarias especiales. Sirven como punto de partida o de llegada de un viaje, no solo como una parada de descanso.

Los tours especializados están diseñados para incorporar exploraciones educativas a lo largo del recorrido, brindando a los visitantes la oportunidad de visitar lugares no abiertos al público (cocinas tradicionales, productores locales, etc.). Estos itinerarios profundizan la comprensión de la historia y la cultura culinarias.

Los sitios culturales e históricos añaden una dimensión cultural y contextual a la experiencia culinaria. Las visitas a museos, sitios arqueológicos o pueblos mágicos complementan la experiencia culinaria y brindan una perspectiva de la evolución e importancia de la gastronomía en la cultura mexicana.

El estudio también concluyó que el desarrollo de productos turísticos debe ser sostenible y beneficiar a las comunidades locales. Esto significa que los productos deben ser de propiedad y operación local, utilizar ingredientes y productos locales; asimismo, se desarrollan de forma sostenible, cuyos beneficios económicos deben distribuirse equitativamente entre las comunidades locales. Esto requiere promover negocios de propiedad y operación local y el uso de ingredientes y productos de producción local. Esto no solo garantiza la autenticidad de los productos; a su vez, contribuye a una economía circular y a la preservación del patrimonio biocultural (Tabla 8). Aquí hay un resumen de los puntos clave.

Tabla 8. Planificación y comercialización de experiencias gastronómicas

Aspecto	Descripción	Impacto
Estrategias de marketing	Diversas formas de comercializar experiencias gastronómicas para atraer turistas	Mayor interés y participación
Madrid como ejemplo	Implementación de una estrategia para comercializar los mercados de alimentos como recursos de turismo experiencial	Diversificación de flujos turísticos y creación de nuevos espacios gastronómicos
Eventos culturales y empresariales	Méjico fusión y/o gastro-festival como herramientas para promover experiencias gastronómicas	Mayor visibilidad y alcance
Estrategia general de marketing	Planificación y comercialización de experiencias gastronómicas como parte de la estrategia general de marketing de un destino turístico	Mayor integración y coherencia

Colaboración	Importancia de la colaboración entre la industria turística, los productores locales de alimentos y otros actores	Mayor impacto y sostenibilidad
Estrategias de comunicación	Generación de estrategias de comunicación por parte de los mercados de alimentos para promover experiencias gastronómicas	Más información y compromiso
Diferenciación	Uso de la cocina única de un destino para diferenciarse en las actividades de marketing	Mayor atractivo y competitividad
Experiencia y conocimiento	Escenciales al utilizar la comida en el marketing de destinos	Mayor efectividad y relevancia

Nota. Elaboración propia con base en Organización Mundial del Trabajo (OMT, 2017), Orgaz-Agüera y López-Gúzman (2015), Pérez (2021), Sosa et al. (2021), García (2018), Okumus (2007), Seyitoğlu & Ivanov (2020), Molleví y Fusté (2016), Rodríguez-Toubes (2015) y García (2017).

Estrategias para la promoción de experiencias culinarias. La gastronomía se ha convertido en un motor fundamental del turismo global. Con su rica tradición culinaria y su diversidad de sabores, las experiencias culinarias de México ofrecen una oportunidad única para atraer turistas, generar ingresos y promover la cultura local. Sin embargo, para aprovechar al máximo este potencial es necesario implementar estrategias de promoción que posicen la gastronomía como un atractivo turístico clave.

Este artículo se centra en estrategias clave para la promoción de la gastronomía mexicana, incluyendo la exploración de herramientas digitales, el marketing experiencial, la revitalización del mercado gastronómico, el desarrollo de productos locales y la colaboración con organismos como la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CANACO). Así, este artículo busca ofrecer un panorama completo de las acciones que pueden ayudar a posicionar la gastronomía mexicana como un elemento central del producto turístico del país, impactando positivamente la economía, la cultura y la sostenibilidad del sector (Tabla 9).

Tabla 9. Estrategias para promover experiencias gastronómicas

Estrategia	Descripción
Redes sociales	Utilizar plataformas digitales para llegar a la audiencia deseada, promover ofertas de turismo experiencial y generar compromisos
Marketing experiencial	Crear experiencias memorables que despierten los sentidos y emociones del cliente
Mercados de alimentos	Transformar los mercados en entornos de restauración y degustación, ofreciendo experiencias gastronómicas únicas
Desarrollo de alimentos locales y regionales	Promover la autenticidad del destino, fortalecer la economía local y mejorar la sostenibilidad
Marco estratégico para el turismo culinario	Utilizar un marco para planificar proyectos de turismo gastronómico a nivel de destino

Colaboración con las secretarías de turismo (SECTUR) y Canaco

Aprovechar las iniciativas de SECTUR y Canaco, para diversificar la oferta turística y promover la gastronomía como recurso turístico esencial

Nota. Elaboración propia con base en Pérez et al. (2017) y Lin et al. (2022).

Objetivo 4. Explorar las últimas innovaciones en la cocina mexicana

La cocina mexicana está en constante evolución; los chefs crean nuevos platillos y reinterpretan las tradiciones culinarias tradicionales. Estas innovaciones enriquecen la experiencia turística y atraen a más visitantes. Algunas de las más recientes en la cocina mexicana evolucionan dinámicamente, impulsadas por la creatividad de los chefs y la reinterpretación de las tradiciones culinarias. Estas no solo enriquecen la experiencia turística, sino que también aumentan el atractivo turístico de México. Las principales tendencias de innovación incluyen las expuestas en los siguientes apartados.

Los chefs utilizan cada vez más ingredientes locales y de temporada en sus platillos. Esto contribuye a la creación de una cocina fresca, sabrosa y sostenible. Esta práctica, cada vez más común además de garantizar la frescura y la calidad de la textura de los platillos, promueve la sostenibilidad ambiental y económica. Priorizar los ingredientes locales reduce las emisiones de carbono, apoya directamente a los productores locales, fortalece la cadena de valor gastronómica y ofrece a los turistas una experiencia auténtica y responsable.

Por otra parte, los chefs fusionan la cocina mexicana con otras, como la asiática y la europea, para crear sabores nuevos y emocionantes que atraen a un público más amplio. Experimentan con influencias culinarias asiáticas, europeas y de otras culturas para crear platillos innovadores y emocionantes. Esta fusión amplía el paladar de los amantes de la gastronomía y atrae a una base turística más diversa e internacional, consolidando la cocina mexicana como referente de la cocina de vanguardia sin perder su esencia auténtica.

Como tercer aspecto, los chefs utilizan técnicas de cocina modernas, como cocción al vacío y la gastronomía molecular, para crear platillos innovadores y deliciosos. Combinan técnicas como el bajo vacío, la esferificación y la descomposición (gastronomía molecular), para explorar nuevas texturas, sabores y presentaciones. Su uso hábil eleva la experiencia culinaria a un nivel artístico y sensorial, sorprendiendo a los viajeros y mostrando el potencial innovador de la cocina mexicana. Estas innovaciones están elevando la cocina mexicana a una de las más emocionantes y dinámicas del mundo. Además, ayudan a atraer turistas a México y enriquecen su experiencia. En conjunto, estas innovaciones han consolidado la cocina mexicana como una de las más emocionantes y dinámicas del mundo. Su impacto ha

incrementado el atractivo turístico y enriquecido significativamente la experiencia del visitante, permitiéndole experimentar una cocina mexicana que respeta la tradición mientras mira hacia el futuro (Tabla 10).

Tabla 10. Desafíos de la industria de experiencias gastronómicas de México

Desafío	Descripción
Calidad y estándares de los productos	Dificultad para encontrar productos con la forma, el tamaño y la estandarización perfectos de los proveedores locales
Prácticas agrícolas	Necesidad de prácticas agrícolas cuidadosas para garantizar la calidad de los productos
Estacionalidad y disponibilidad	Limitada disponibilidad de productos de temporada de origen local, especialmente en la Ciudad de México
Acceso a información	Falta de información sobre el origen y la calidad de los productos, dificultando la trazabilidad y la confianza del consumidor
Falta de apoyo gubernamental	La falta de apoyo gubernamental para promover la industria de experiencias gastronómicas puede ser un desafío adicional
Falta de capacitación	La falta de capacitación para los chefs y el personal de la industria en prácticas sostenibles y gestión de la cadena de suministro también puede ser un desafío
Competencia	La competencia de restaurantes y empresas de turismo gastronómico puede ser un desafío para los negocios más pequeños

Nota. Elaboración propia con base en Romero et al. (2017).

Es importante destacar que la presencia de redes alimentarias alternativas y productores agroecológicos en varios Estados de México es un cambio positivo para superar estos desafíos, dada la consolidación de estas iniciativas puede contribuir a la transformación del medio ambiente a medio y largo plazo, involucrando el esfuerzo conjunto de todos los actores implicados, incluyendo al gobierno, el sector privado, las organizaciones de la sociedad civil y los consumidores.

La gastronomía mexicana se encuentra en un proceso dinámico de evolución, impulsado por la creatividad de sus chefs y la reinterpretación de sus tradiciones culinarias. Estas innovaciones enriquecen la experiencia del visitante y potencian el atractivo turístico del país. Las principales tendencias innovadoras identificadas incluyen las descritas en las Figuras 4 y 5.

Figura 4. Nivel de adopción de las principales tendencias innovadoras

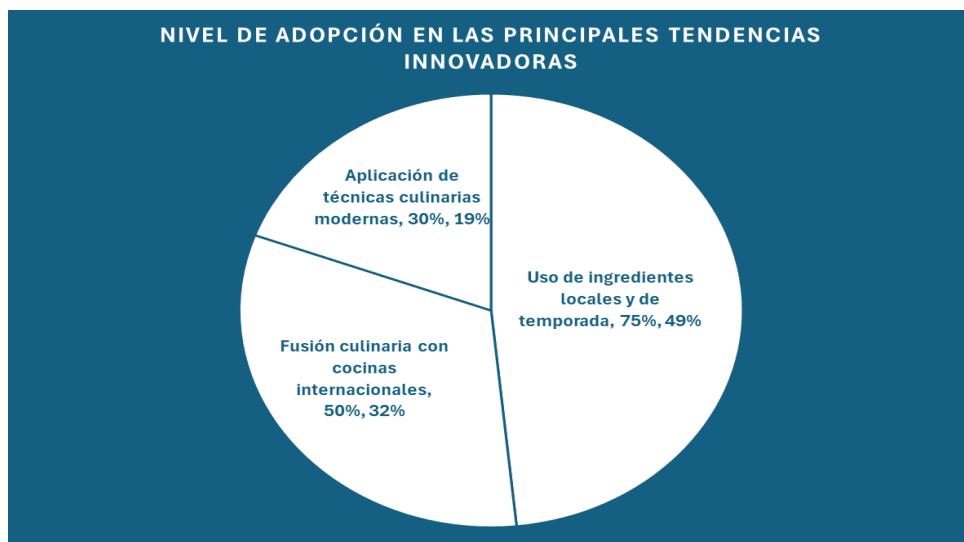
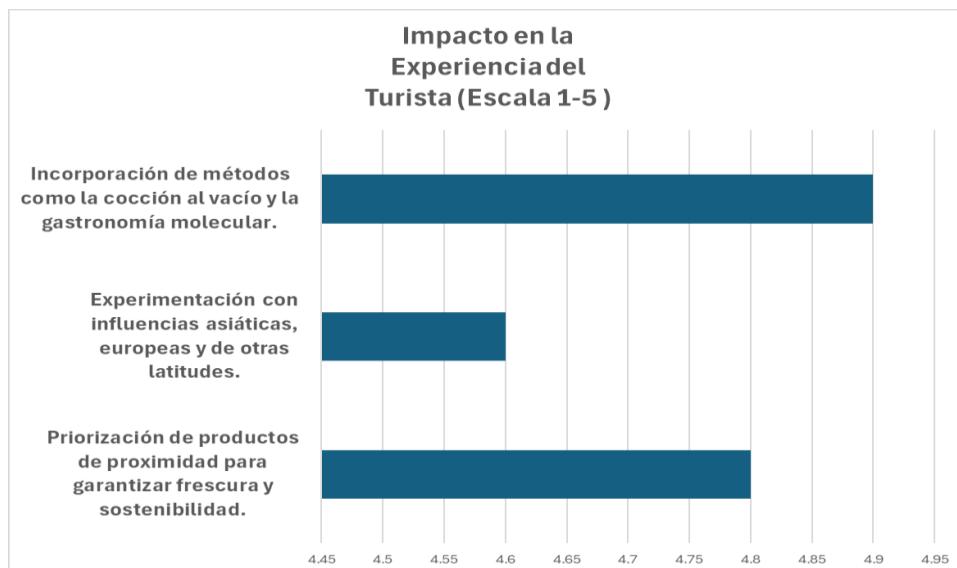


Figura 5. Impacto en la experiencia del turista



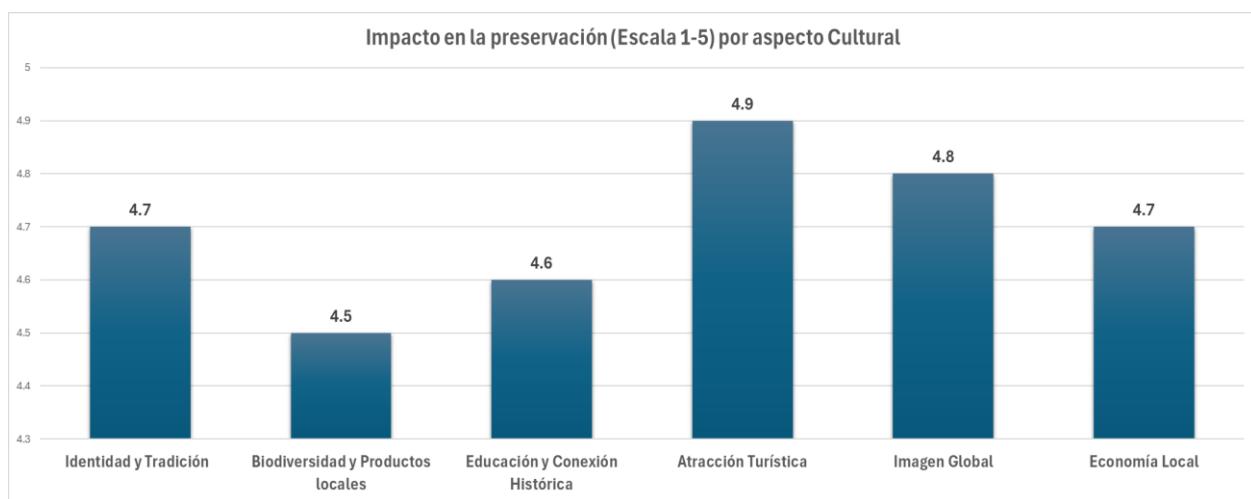
Objetivo 5. Explorar el papel de la gastronomía en la preservación y promoción de la cultura mexicana

La gastronomía desempeña un papel importante en la preservación y promoción de la cultura mexicana. Es una forma de vida que se transmite de generación en generación, y la cocina mexicana es parte integral de la identidad nacional del país. Las investigaciones han demostrado que la gastronomía contribuye a la preservación de la cultura mexicana de diversas maneras. En primer lugar, ayuda a preservar las recetas y técnicas culinarias tradicionales. Segundo, promueve el uso de ingredientes y productos locales. Tercero, ayuda a educar a la gente sobre la historia y la cultura mexicanas.

De ahí que las investigaciones también han demostrado que la gastronomía contribuye a la promoción de la cultura mexicana de diversas maneras. Así, ayuda a atraer turistas a México; a difundir una imagen positiva de México en todo el mundo y a generar ingresos para la economía local.

La gastronomía mexicana es un pilar fundamental en la preservación y promoción de la identidad cultural del país. Más que una simple expresión culinaria, encarna conocimientos, rituales y cosmovisiones, representando un patrimonio cultural transmitido de generación en generación.

Figura 6. Impacto en la preservación por aspecto cultural.



La gastronomía no solo representa la cultura mexicana, sino que también contribuye activamente a su preservación y promoción global. Se ha convertido en un componente estratégico para el desarrollo de un turismo sostenible y culturalmente responsable. Diversos estudios han demostrado que la gastronomía contribuye a la preservación cultural de diversas maneras:

Primero desde la transmisión de recetas y técnicas tradicionales. La práctica y transmisión de la cocina tradicional garantiza la conservación de un valioso patrimonio inmaterial, previene la pérdida de conocimientos tradicionales y promueve la diversidad culinaria. También existe una promoción de ingredientes y productos locales; al enfatizar el uso de ingredientes del territorio, la gastronomía ayuda a preservar la biodiversidad agrícola y a dar a conocer los recursos naturales de México. Esto, a su vez, fortalece la economía regional y las raíces culturales.

De otro lado, está la transmisión de la historia y la cultura mexicanas pues cada platillo cuenta un relato, reflejando la evolución histórica, las influencias sociales y las características geográficas. Por lo tanto, las experiencias gastronómicas pueden servir como una herramienta

educativa, profundizando la comprensión de los visitantes sobre la complejidad y la riqueza de la cultura mexicana.

Ahora bien, la gastronomía también desempeña un papel vital en la promoción cultural, específicamente mediante la atracción de turistas, pues como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad, la gastronomía mexicana tiene un gran atractivo para el turismo internacional, lo que la convierte en un destino culinario de referencia.

Asimismo, desde la promoción de una imagen positiva de México en donde la excelencia y diversidad de la cocina mexicana contribuyen a una imagen global de México como un país rico en patrimonio cultural, auténtico y acogedor. También es importante resaltar la generación de ingresos para las economías locales: el turismo gastronómico contribuye directamente al desarrollo económico, beneficiando a productores, restauranteros, artesanos y a toda la cadena de valor, incentivando la inversión en la preservación del patrimonio cultural.

Por último, la gastronomía no solo es una expresión de la cultura mexicana, sino también un motor para su preservación y promoción global. Se ha convertido en un componente estratégico para el desarrollo de un turismo sostenible y culturalmente responsable.

Medidas para garantizar experiencias gastronómicas sostenibles. La industria mexicana de experiencias gastronómicas se encuentra en un momento crítico. Además de sabores de alta calidad y recetas innovadoras, garantizar la sostenibilidad de la industria es esencial para su prosperidad a largo plazo. Este tema explora medidas para garantizar la sostenibilidad de las experiencias gastronómicas, centrándose en la seguridad alimentaria, la respuesta a las crisis, el liderazgo eficaz y la adaptabilidad a las tendencias de consumo. Consulte la Tabla 11 para conocer las medidas para garantizar la sostenibilidad de las experiencias gastronómicas.

Tabla 11. Medidas para asegurar la sostenibilidad de las experiencias gastronómicas

Estrategia	Descripción
Higiene y prevención	Implementar medidas adecuadas de higiene y prevención en los restaurantes para garantizar la seguridad alimentaria y la confianza del consumidor
Respuesta a las crisis	Prepararse para crisis externas como pandemias mediante la implementación de estrategias de resiliencia en la cadena de suministro y el marketing
Marketing digital responsable	Implementar estrategias de marketing digital a prueba de crisis para llegar eficazmente a los consumidores
Liderazgo eficaz	Promover la comunicación y el intercambio de información entre los actores de la cadena alimentaria para impulsar la innovación y el desarrollo de nuevos productos
Diversidad de productos	Ofrecer una amplia gama de productos a precios competitivos para satisfacer las necesidades del consumidor y aumentar la rentabilidad

Adaptación a las tendencias de consumo	Abordar tendencias como la comodidad y las limitaciones de tiempo, ofreciendo comidas preparadas y opciones para comer en el local
Conveniencia y accesibilidad	Ofrecer productos y servicios convenientes a los consumidores, como la entrega a domicilio en supermercados
Sostenibilidad ambiental	Implementar prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro, incluyendo la reducción de residuos, el uso de productos locales y la promoción de la agricultura ecológica
Responsabilidad social	Promover la responsabilidad social en la industria alimentaria, incluyendo el apoyo a los agricultores locales, la lucha contra la pobreza y la promoción de la equidad
Innovación	Explorar nuevas tecnologías e innovaciones para mejorar la eficiencia, la sostenibilidad y la calidad de la experiencia gastronómica

Nota. Elaboración propia con base en Okumus (2007), Seyitoglu & Ivanov (2020) y Rodríguez-Toubes (2015).

Es importante destacar que las dietas sostenibles requieren un enfoque holístico que abarque toda la cadena alimentaria, desde la producción hasta el consumo. Lograr este objetivo requiere la colaboración de todas las partes interesadas, incluidos los gobiernos, el sector privado, las organizaciones de la sociedad civil y los consumidores.

Recomendaciones

Como acciones recomendadas para el desarrollo de experiencias gastronómicas en México está el desarrollar un programa de apoyo a la innovación culinaria que podría proporcionar subvenciones, capacitación y recursos a empresas que desarrollan nuevas experiencias gastronómicas. Segundo, promover las experiencias gastronómicas mexicanas en el extranjero implementando una campaña de marketing internacional que destaque la riqueza y diversidad de la gastronomía mexicana. Tercero, integrar las experiencias gastronómicas en los programas de formación turística, por ejemplo, las escuelas de turismo deberían ofrecer cursos de experiencias gastronómicas para dotar a los futuros profesionales del turismo de las habilidades necesarias.

Para maximizar el potencial de las experiencias gastronómicas, los destinos deberían desarrollar ofertas atractivas adaptadas a los diferentes tipos de turistas. Lo anterior, con recomendaciones específicas para el desarrollo de experiencias gastronómicas en México como promover la participación de los productores locales, para garantizar que los turistas tengan una experiencia auténtica. También incorporar elementos de la cultura local en las experiencias gastronómicas puede crear experiencias más inmersivas y memorables. Por último, ofrecer experiencias con una variedad de cocinas para atraer a una gama diversa de turistas.

Los productos turísticos de México deberían considerar la variedad, la calidad y la promoción para maximizar el potencial de las experiencias culinarias. Con una planificación

cuidadosa y una implementación eficaz, estas pueden transformarse en herramientas valiosas para el desarrollo turístico de México. Así, como recomendaciones adicionales para operadores turísticos es elemental seleccionar experiencias culinarias adaptadas a su mercado objetivo; considerar las preferencias de los turistas que desea atraer; ofrecer experiencias auténticas y únicas; reflejar la cultura y las tradiciones mexicanas en sus experiencias culinarias; promocionar eficazmente sus experiencias y comunicar sus experiencias culinarias eficazmente a través de materiales de marketing, en línea y en redes sociales.

Al ofrecer experiencias culinarias auténticas, únicas e innovadoras, los operadores turísticos pueden mejorar la competitividad del producto turístico de México y contribuir a la promoción de la cultura y las tradiciones del país. Para maximizar el potencial de las experiencias culinarias de México y fortalecer su impacto turístico, es esencial implementar estrategias que promuevan la innovación, la autenticidad y la sostenibilidad. Estas experiencias, además de enriquecer el producto turístico, promueven la cultura local, generan empleos y estimulan la economía. A continuación, se presentan recomendaciones clave para optimizar este recurso y garantizar la sostenibilidad (Tabla 12), resumiendo los hallazgos y conclusiones clave del estudio, destacando la importancia de las experiencias culinarias en el diseño del producto turístico de México.

Tabla 12. Hallazgos clave y las conclusiones del estudio

Objetivo	Conclusiones
Identificar los principales tipos de experiencias gastronómicas en México y su potencial turístico	Las experiencias gastronómicas en México son diversas e incluyen visitas a mercados locales, clases de cocina, cenas en restaurantes tradicionales y tours gastronómicos. Los turistas valoran la autenticidad, la variedad de sabores y el uso de ingredientes locales. Los tours gastronómicos son un medio importante para atraer turistas.
Evaluar la influencia de la gastronomía en la elección de destinos de viaje	La gastronomía es un factor crucial al elegir un destino en México. Los turistas buscan experiencias auténticas que los sumerjan en la cultura local. Las redes sociales y las recomendaciones influyen en la popularidad de los destinos gastronómicos.
Papel de los productos turísticos en el desarrollo de rutas gastronómicas	Planificar y promover experiencias gastronómicas requiere una estrategia integral, que incluya la colaboración con los actores locales y la promoción de eventos gastronómicos. Integrar elementos personalizados y culturales es clave para el éxito de los tours gastronómicos.
Explorar las últimas innovaciones en la gastronomía mexicana	La cocina mexicana continúa evolucionando, fusionando técnicas tradicionales y modernas. Existe una creciente demanda de experiencias culinarias sostenibles y saludables. La profesionalización de la industria y el uso de la tecnología son esenciales para abordar los desafíos actuales.
Estudiar el papel de la gastronomía en la	La gastronomía es un medio para preservar y promover la cultura mexicana. Las experiencias culinarias pueden fomentar una conexión entre los visitantes

preservación y promoción de la cultura mexicana	y las tradiciones locales. Garantizar métodos de cocina sostenibles y el uso de ingredientes locales es esencial para preservar los sabores auténticos.
---	---

Las experiencias gastronómicas en México ofrecen una oportunidad única para enriquecer los recursos turísticos del país al celebrar la cultura y las tradiciones locales, a la vez que generan importantes beneficios económicos y sociales. Para maximizar este potencial es fundamental desarrollar programas de apoyo que fomenten la innovación culinaria y promuevan la cocina mexicana a nivel internacional.

Además, la incorporación de experiencias gastronómicas en la formación turística puede contribuir al desarrollo de profesionales capaces de diseñar y gestionar eficazmente estas experiencias. Involucrar a los productores locales e incorporar elementos culturales en las experiencias es esencial no solo para ofrecer experiencias gastronómicas auténticas, sino también para revitalizar las economías locales. De igual manera, promover la sostenibilidad en las cadenas de suministro y las prácticas culinarias es fundamental para preservar los recursos y garantizar la viabilidad a largo plazo del turismo gastronómico. En cuanto al impacto en la industria, cuando los destinos y los proveedores colaboran eficazmente para ofrecer experiencias auténticas, memorables y culturalmente significativas, las experiencias gastronómicas pueden generar un mayor gasto turístico, la creación de empleo y la promoción de la cultura local.

Conclusiones

Este estudio destaca la importancia de las experiencias gastronómicas en el diseño de productos turísticos en México. La gastronomía mexicana es un recurso valioso que puede utilizarse para atraer turistas, promover la cultura local y generar beneficios económicos. El estudio también identifica varios retos que deben abordarse para maximizar el potencial del turismo gastronómico en México. Estos retos incluyen mejorar la calidad de los productos y servicios gastronómicos, desarrollar nuevas experiencias gastronómicas y promover de forma más eficaz la cocina mexicana. A pesar de estos retos, el futuro del turismo gastronómico en México sigue siendo prometedor. Con las estrategias adecuadas, México puede convertirse en un destino turístico gastronómico líder.

Este estudio confirmó nuestras hipótesis iniciales y demostró que el desarrollo estratégico de experiencias gastronómicas basadas en la diversidad culinaria y el patrimonio cultural de México puede mejorar significativamente la competitividad turística del país. Los resultados indican que la gastronomía es un factor fundamental, y no meramente secundario,

en la selección de destino: el 85% de los encuestados consideró la gastronomía un factor decisivo y el 92% expresó una alta satisfacción con la experiencia gastronómica. Esto se relaciona directamente con la pregunta central de este estudio: “¿Cómo pueden las experiencias gastronómicas contribuir al diseño de productos turísticos innovadores y culturalmente relevantes?”. Los objetivos específicos de este estudio son:

- Explorar las diversas experiencias gastronómicas (tours, talleres, visitas a mercados, agroturismo, festivales, alta cocina, etc.) que resaltan la diversidad de la gastronomía mexicana.
- Evaluar la influencia clave de la gastronomía en las decisiones de viaje e identificar su papel como atractivo clave.
- Analizar la importancia de los productos turísticos (restaurantes, hoteles, itinerarios, atracciones) en el desarrollo de rutas gastronómicas sostenibles.
- Explorar las innovaciones en la cocina mexicana (utilizando ingredientes locales, cocina fusión y técnicas culinarias contemporáneas) para enriquecer la experiencia turística.
- Explorar la importante contribución de la gastronomía, como patrimonio vivo y embajador cultural, a la preservación y promoción de la cultura mexicana.

Los hallazgos de este estudio proporcionan recomendaciones concretas para el desarrollo de políticas y estrategias eficaces. Los sectores público y privado deben colaborar para crear productos turísticos gastronómicos auténticos y de alta calidad que no solo satisfagan la demanda de experiencias culturales, sino que también promuevan el desarrollo sostenible y el bienestar de las comunidades locales. Las recomendaciones incluyen:

Primero, invertir en capacitación. Esto implica desarrollar programas de capacitación para chefs, guías y personal de servicio que enfaticen la historia, las técnicas y los valores culturales de la gastronomía local. Segundo, promover las cadenas de valor locales fortaleciendo la colaboración entre productores agrícolas, pescadores y la industria turística para garantizar el uso de ingredientes frescos y de temporada y beneficiar a las zonas rurales.

Tercero, aprovechar las plataformas digitales para promover experiencias gastronómicas diversas y segmentar según los intereses de los turistas (por ejemplo, cocina prehispánica, vegana, fusión). Cuarto, a partir del desarrollo de infraestructura mejorar el acceso y los niveles de servicio en los destinos gastronómicos emergentes para garantizar una experiencia inclusiva y segura para los turistas.

Por último, como líneas de investigación futuras para profundizar en los hallazgos de este estudio, se proponen líneas de investigación específicas sobre, por un lado, impactos socioeconómicos del agroturismo gastronómico en donde se examine el retorno de la inversión y los beneficios directos de las experiencias de agroturismo gastronómico en zonas rurales.

A su vez, investigar las percepciones de los turistas sobre la sostenibilidad alimentaria. Esto implicaría analizar cómo los turistas evalúan y se ven influenciados por las prácticas sostenibles en productos alimenticios (p. ej., reducción de residuos, comercio justo). También estudiar los modelos de negocio innovadores para el turismo gastronómico, examinando recorridos gastronómicos exitosos que integran tecnologías emergentes (como la, realidad aumentada o inteligencia artificial) para personalizar las experiencias de los turistas.

Finalmente, es importante hablar de la resiliencia de la cocina tradicional en un entorno globalizado, evaluando estrategias para adaptar y preservar la cocina regional de México en el contexto de las tendencias alimentarias globales y el turismo de masas. Estos estudios contribuirán a una comprensión más integral del turismo gastronómico en México y orientarán las políticas y estrategias futuras para su desarrollo, haciéndolo sostenible y enriquecedor culturalmente.

Referencias

Brito, L. y Botelho, D. (2018). La gastronomía como marca de destino: proposiciones en Minas Gerais-Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(2), 390-412.

Cárdenas-Castro, A., Perales-Vásquez, G., de la Rosa, L., Zmora-Gasga, V., Ruiz-Valdiviezo, V., Álvarez-Parrilla, E. & Sáyago-Ayerdi, S. (2019). Sauces: An undiscovered healthy complement in Mexican cuisine. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 17, 100-154.

Carvalho, M., Kastenholz, E. & Carneiro, M. (2023). Co-creative Tourism Experiences – A Conceptual Framework and Its Application to Food & Wine Tourism. *Tourism Recreation Research*, 668-692.

Contreras, D. (2021). Las fiestas del vino en México: turismo enogastronómico y desarrollo territorial. *RIVAR (Santiago)*, 8(24), 126-144.
<http://dx.doi.org/10.35588/rivar.v8i24.4901>

De Esteban, J., Rodríguez, B., Antonovica, A. y Mercado, C. (2015). Turismo gastronómico ¿transferencia de técnicas del turismo cultural y del turismo sensorial? En J. de Esteban (Dir.), *Turismo gastronómico y enológico* (pp. 89-104). Dykinson, S. L.

Domínguez, J. (2021). *Turismo de experiencias culturales*. Universidad del Caribe.

Fandos, C. y Puyuelo, J. (2012). Factores determinantes en el desarrollo de la lealtad a un destino turístico gastronómico. *Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario*, (14), 49-58.

Fandos, C. y Puyuelo, J. (2013). La generación de lealtad a un destino de turismo gastronómico como factor clave en el desarrollo rural. *Cuadernos Aragoneses de Economía*, 23(1-2), 47-73.

Fusté-Forné, F., Medina, F. y Mundet, L. (2020). La proximidad de los productos alimentarios: turismo gastronómico y mercados de abastos en la Costa Daurada (Cataluña, España). *Revista de Geografía Norte Grande*, (76), 213-231.

García, B. (2017). Los mercados de abastos y su comercialización como producto de turismo de experiencias. El caso de Madrid. *Cuadernos de Turismo*, (39), 167-189.

García, B. (2018). Urban Experiential Tourism Marketing: Use of Social Media as Communication Tools by the Food Markets of Madrid. *Journal of Tourism Analysis*: 25(1), 2-22.

Gutiérrez-Sánchez, C., Moreno-Santoyo, R., Reyes-Orta, M. y Leyva-Aguilera, J. (2024). La cocina de restaurantes rurales y su adaptación al paisaje en el Valle de Guadalupe, Baja California, México. *Naturaleza y Sociedad. Desafíos Medioambientales*, 26-54.

Hall, M. & Mitchell, R. (2002). Tourism as a Force for Gastronomic Globalization and Localization. En A.-M. Hjalader y G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 71-90). Routledge.

Henderson, J. (2009). Food Tourism Reviewed. *British Food Journal*, 111(4), 317-326.

Hernández-Rojas, R. y Huete-Alcocer, N. (2023). Análisis de la gastronomía local a través de las fuentes de información, imagen y satisfacción. *Tourism and Heritage Journal*, 5, 120-134.

Huertas, T., Pilco, A., Suárez, E., Salgado, M., Jiménez, B. (2020). Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del turismo y sus nuevos enfoques. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 70-81.

Jones, A. y Jenkins, I. (2002). A Taste of Wales—Blas Ar Gymru': Institutional Malaise in Promoting Welsh Food Tourism Products. En *Tourism and Gastronomy* (pp. 129-145). Routledge.

Kim, Y. y Zapata-Ramos, M. (2018). Stakeholder Responses Toward Fast Food Chains' CSR. Public Health-related vs Generic Social Issue-Related CSR Initiatives. *Corporate Communications: An International Journal*, 23(1), 117-138.

Kivela, J. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.

Leal, M. (2011). La diversificación del destino turístico a través del turismo gastronómico: el caso de Vilanova i la Geltru (Barcelona). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(1), 15-24.

Lin, M.-P, Marine-Roig, E. y Llonch-Molina, N. (2022). Turismo gastronómico y bienestar: evidencia de restaurantes con estrella Michelin de Taiwán y Cataluña. *Revista Internacional de Investigación Ambiental y Salud Pública*, 19(5).

Lino, A. E. (2023). Percepción ciudadana sobre el patrimonio cultural gastronómico en la gestión turística en Jipijapa. *Turismo y Patrimonio*, (20), 31-46.

López-Guzmán, T. y Sánchez, S. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5), 575-584.

Méndez, E. (2024). Cocinas, milpa y recolección: resistencias culinarias locales en la costa totonaca de Veracruz, México. *Naturaleza y Sociedad. Desafíos Medioambientales*, (8), 192-214.

Millán, G., Morales, E. y Pérez, L. (2014). Turismo gastronómico, denominaciones de origen y desarrollo rural en Andalucía: situación actual. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (65). <https://doi.org/10.21138/bage.1746>

Molina-Castillo, S., Espinoza-Ortega, A., Thomé-Ortiz, H. & Moctezuma-Pérez, S. (2023). Gastronomic Diversity of Wild Edible Mushrooms in the Mexican Cuisine. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100652.

Molleví, G. y Fusté, F. (2016). El turismo gastronómico, rutas turísticas y productos locales: el caso del vino y el queso en Cataluña. *Geographicalia*, (68), 25-47.

Morán, V., Salazar, D. y López, P. (2023). Dimensiones e indicadores para la valoración de destinos turísticos gastronómicos. *Kalpana Revista de Investigación*, (25), 66-87.

Mulík, S., Hernández-Carrión, M., Pacheco-Pantoja, S., Aguilar-Ruiz. N. & Ozuna, C. (2022). Culinary uses of Mexican edible flowers: Recipe Analysis. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28.

Naumov, N. & Costandachi, G. (2020). Creativity and Entrepreneurship: Gastronomic Tourism in Mexico. En *Innovation and Entrepreneurial Opportunities in Community Tourism* (pp. 90-108). IGI Global.

López, A., Pérez, C., Guzman, C. y Hernández, R. (2017). Caracterización de las principales tendencias de la gastronomía mexicana en el marco de nuevos escenarios sociales. *Teoría y Praxis*, (21), 91-113.

Okumus, B., Okumus, F. & McKercher, B. (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), 261-282.

OMT. (2017, mayo 17). *Segundo informe de la OMT sobre turismo gastronómico: sostenibilidad y gastronomía*. <https://www.untourism.int/es/archive/press-release/2017-05-25/segundo-informe-de-la-omt-sobre-turismo-gastronomico-sostenibilidad-y-gastr>

Orgaz-Agüera, F. y López-Gúzman, T. (2015). Análisis del perfil, motivaciones, y valoraciones de los turistas gastronómicos. El caso de la República Dominicana. *ARA Revista de Investigación en Turismo*, 5(1), 43-52.

Pérez, J., Jaramillo, M., López-Guzman, T. & Rinoso, J. (2017). Local Gastronomy, Culture and Tourism Sustainable Cities: The Behavior of the American Tourist. *Sustainable Cities and Society*, 32, 604-612.

Pérez, M. A. (2021). *Análisis del perfil, la motivación y la satisfacción de los turistas en la costa del sol (Málaga) en relación con la gastronomía* [Tesis Doctoral Universidad de Córdoba].

Reyes, A. (2017). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. *El Periplo Sustentable*, (32).

Rodríguez-Toubes, D. (2015). Turismos de interior. Planificación, comercialización y experiencias. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4), 965-968.

Romero, M., Casado, A. y Alarcón, P. (2017). Factores que influyen en el uso de WhatsApp como canal para la toma de decisión en el consumo gastronómico. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(4), 447-466.

Sánchez-Vargas, E., Campón-Cerro, A. y Moreno-Lobato, A. (2022). Aplicaciones del contenido generado por el usuario en el sector turístico: Análisis de los factores de éxito de experiencias turísticas queseras en Tripadvisor. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo* (16)2, 164-185.

Santos, A., Aldaroso, E., Rojas, C. y Morales, H. (2019). Especies alimenticias de recolección y cultura culinaria: patrimonio biocultural de la comunidad popoloca Todos Santos Almolonga, Puebla, México. *Nova Scientia*, 11(23).

Schlüter, R. y Thiel, D. (2008). Gastronomía y turismo en Argentina. Polo gastronómico Tomás Jofré. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2) 249-268.

Schlüter, R. (2009). Turismo gastronómico y medioambiente: en busca de la sustentabilidad. En G. Ferrari et al. (Coords.), *Principales tendencias de investigación en turismo*. Septem Ediciones.

Seyitoğlu, F. & Ivanov, S. (2020). A Conceptual Study of the Strategic Role of Gastronomy in Tourism Destinarios. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21.

Sosa, M., Aulet, S. & Mundet, L. (2021). Community-Based Tourism Through Food: A Proposal of Sustainable Tourism Indicators for Isolated and Rural Destinations in Mexico. *Sustainability*, 13(12), 66-99.

Youssef, J. & Spence, C. (2021). Introducing Diners to the Range of Experiences in Creative Mexican Cuisine, Including the Consumption of Insects. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25.