



El Periplo Sustentable

Universidad Autónoma del

Estado de México

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

ISSN: 1870-9036

Publicación Semestral

Número: 43

Julio / Diciembre 2022

Artículo

Título

Gastronomía sustentable en restaurantes y eventos turísticos de México en el contexto internacional.

Autor:

Alicia del Pilar Silva Zamora

Maria Angeles Piñar-Alvarez

Miguel Ángel Escalona Aguilar

Astrid Wojtarowski Leal

Fecha Recepción:

11/09/2020

Fecha Reenvío:

03/02/2021

Fecha Aceptación:

07/10/2021

Páginas:

120 - 153

Gastronomía sustentable en restaurantes y eventos turísticos de México en el contexto internacional

Sustainable gastronomy in restaurants and tourist events of Mexico in the international context

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo analizar el concepto de gastronomía sustentable e identificar grupos de interés, las estrategias, estándares de calidad, lineamientos asociados y los beneficios obtenidos de su aplicación en restaurantes y eventos de carácter gastronómico en el contexto internacional.

Metodológicamente se realizó una revisión exhaustiva de la literatura existente en fuentes secundarias (libros, revistas académicas y páginas web) para obtener la información más relevante. Ésta se presenta en seis rubros: caracterización de gastronomía sustentable, grupos de interés en la gastronomía, negocios gastronómicos sustentables, eventos en la gastronomía, políticas públicas y, finalmente, estrategias para la generación de gastronomía sustentable y beneficios obtenidos. Se concluye con los rasgos que la definen, los actores que están involucrados en ella y los destinos que resaltan a nivel internacional. En el caso de los países europeos (Italia, Reino Unido, España) existen normas que relacionan la gastronomía con la sustentabilidad, asimismo, organismos de chefs bien establecidos y políticas públicas que tienen en cuenta a organismos privados para elaborar estrategias. Sin embargo, en Latinoamérica (Perú, Chile, Colombia, México) se están comenzando a incorporar aspectos de sustentabilidad al creciente desarrollo de la gastronomía. Mientras que en países de Europa resaltan estándares de calidad y lineamientos asociados a la gastronomía sustentable, en Latinoamérica la normatividad es la gran ausente. En el caso de México recientemente se estableció la Política de Fomento a la Gastronomía (2015), siendo la base para el desarrollo de la gastronomía con puntos estratégicos orientados a la sustentabilidad del sector.

Palabras clave:

turismo gastronómico, estándares gastronómicos, lineamientos gastronómicos, producción local.

Abstract

The objective of this research is to analyze the concept of sustainable gastronomy and identify sustainable gastronomy strategies and the benefits obtained from its application in restaurants and gastronomic events in tourist destinations in the international context.

Methodologically, an exhaustive review of the existing literature in secondary sources (books, academic journals, web pages) was carried out to obtain the most relevant information. This is presented in six areas: characterization of sustainable gastronomy, stakeholders in gastronomy, sustainable gastronomic businesses, events in gastronomy, public policies and, finally, strategies for the generation of sustainable gastronomy. It concludes with the features that define it, the actors that are involved in it and the destinations that stand out at the international level. In the case of European countries (Italy, United Kingdom, Spain) the bases of sustainability in gastronomy are revealed. However, in Latin America (Peru, Chile, Mexico) they try to incorporate sustainability aspects into the growing development of gastronomy. While in European countries quality standards and guidelines associated with sustainable gastronomy stand out, in Latin America regulations are largely absent. In the case of Mexico, the Gastronomy Promotion Policy was recently established (2015), being the basis for the development of gastronomy with strategic points aimed at the sustainability of the sector.

Keywords:

sustainable gastronomy, gastronomic tourism, cooks, chefs, producers.

De la AUTORA

Alicia del Pilar Silva Zamora

Doctora en Desarrollo Regional
Sustentable del Colegio de Veracruz
Institución de Educación Superior e
Investigación Científica Pública, México.

María Angeles Piñar-Alvarez

Doctora en Ciencias Administrativas y
Gestión para el Desarrollo. Profesora e
Investigadora del Colegio de Veracruz
Institución de Educación Superior e
Investigación Científica Pública, México.

angelespinaralvarez@gmail.com

Miguel Ángel Escalona Aguilar

Doctor en Agroecología, Sociología y
Desarrollo Rural Sustentable.
Profesor e Investigador de la Facultad
de Ciencias Agrícolas Universidad
Veracruzana, México.

Astrid Wojtarowski Leal

Doctora en Investigación Educativa.
Colabora en el Centro Mexicano de
Innovación en Energía (CEMIE-Océano)
II (UNAM)-INECOL A.C. Interacciones
sociedad-ambiente, Xalapa,
Veracruz, México.

Introducción

Actualmente, chefs, cocineras y cocineros tradicionales tratan de regresar a las raíces culinarias rescatando ingredientes autóctonos con recetas que pueden ser sencillas o elaboradas y con técnicas ancestrales. Debido a esta tendencia de recuperación de las cocinas regionales se observa el rescate de lo local. Asimismo, hay una tendencia reciente denominada “gastronomía sustentable”, la cual busca que el consumidor ingiera productos sanos, frescos y de temporada; de esta forma se hacen vínculos entre productores y consumidores y, sin la intervención de intermediarios, se impulsa el desarrollo económico local.

Para la Real Academia Española (RAE), gastronomía (del griego γαστρονομία) es entendida como el arte de preparar buena comida, la afición al buen comer o el conjunto de platos y usos culinarios propios de un determinado lugar. Los conceptos de gastronomía sustentable, gastronomía sostenible o eco gastronomía no están en el diccionario (RAE, 2020). Sin embargo, el vocablo ecogastronomía o gastronomía sustentable es un término acuñado por la asociación *Slow Food*, que en sus orígenes se enfocó en el fomento de la calidad de los alimentos y, posteriormente, incluyó las consecuencias sociales y medioambientales de la producción y consumo de alimentos (Van Bommel *et al.*, 2011). Desde hace poco más de una década, este concepto se asocia al uso de ingredientes de la región, cultivados sin dañar el ambiente, evitando el uso de plaguicidas, fertilizantes y aditivos alimentarios (San Martín Reboloso *et al.*, 2007). Para otros autores, el acto de cocinar llega a crear conciencia, porque se relaciona con la responsabilidad social, la salud pública y el bienestar (Buitrago *et al.*, 2017).

En numerosos países de Europa y Latinoamérica, se ha incluido el término de sustentabilidad en la gastronomía. En estos países existen alianzas, que impulsan la seguridad alimentaria, con productores, ambientalistas y organizaciones indígenas, centrados en la creación de nuevas políticas públicas y fomento de sistemas alimentarios sustentables (Buitrago *et al.*, 2017). La definición actual de “seguridad alimentaria”, establecida por la FAO en la Cumbre Mundial de la Alimentación (1996), hace énfasis en que todas las personas deben tener acceso físico y económico a alimentos seguros, con los requisitos nutricionales y las preferencias alimenticias, para una vida activa y saludable. Para la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, una serie de factores inciden en la



seguridad alimentaria: la producción agrícola, el comercio, los ingresos, la calidad de los alimentos, la calidad del agua, los servicios de saneamiento del agua, la gobernabilidad y la estabilidad política (FAO, 2010). A este marco internacional, se suman cadenas de restaurantes con estrategias que impulsan la responsabilidad social, el apoyo a proyectos productivos locales y alianzas con universidades y otras empresas para llevar a cabo una labor social y ambiental (Camacho *et al.*, 2013; Knott, 2016). A esta tendencia, se añade la posibilidad de realizar “eventos sustentables”, haciendo uso de una guía, con la que las empresas generan y controlan eventos gastronómicos en materia ambiental, social y económica, como es el caso de la labor que realiza la Agencia para la Cooperación Alemana al Desarrollo (GIZ, 2016).

En el caso de México, la gastronomía es un sector consolidado, dado que aporta el 2% del Producto Interno Bruto y contribuye a generar 5.5 millones de empleos directos e indirectos. Asimismo, en el ámbito educativo, existen 354 Instituciones de Educación Superior que imparten la carrera de gastronomía (López *et al.*, 2017).

Desde agosto del 2015, entró en vigor la “Política de Fomento a la Gastronomía Nacional”, incorporando acciones orientadas hacia prácticas sustentables que incluyen a productores, cocineros y emprendedores en destinos de diversidad gastronómica: todos ellos constituyen los eslabones de la cadena de valor. Si bien, dicha política de Fomento fue impulsada por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGARPA), y la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), la implementación estuvo a cargo de la Secretaría de Turismo (SECTUR). En el quinto eje de la política mencionada, denominado “innovación, calidad y sustentabilidad”, se habla del “consumidor gastronómico”, definido como aquel que valora las prácticas sustentables y la autenticidad de la cocina que se prepara con ingredientes locales (DOF, 2015). Esta política, impulsada por la SECTUR, se relaciona estrechamente con rutas de turismo, a fin de rescatar costumbres y tradiciones de comunidades rurales, como en el caso de la miel melipona en el estado mexicano de Quintana Roo (Espinosa *et al.*, 2017). Estas rutas son parte del *turismo gastronómico*, tendencia actual relacionada estrechamente con el turismo cultural y el turismo de naturaleza, que incluye el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, y ponen a la sustentabilidad como eje transversal de la actividad turística (Piñar, 2012a; Téllez *et al.*, 2018).



Actualmente, los desafíos que afectan a los sistemas alimentarios en la Agenda 2030 y plasmada en los 17 objetivos del Desarrollo Sostenible son múltiples, complejos y críticos. Los objetivos que tienen relación y relevancia con dichos sistemas son: (1) Reducción de la pobreza, (2) Hambre cero, (3) Salud y bienestar, (4) Educación de calidad, (6) Agua limpia y saneamiento, (7) Energías asequible y no contaminante, (8) Trabajo decente y bien remunerado, (9) Innovación, (10) Reducción de las desigualdades, (12) Producción sustentable y consumo responsable, (13) Acción por el clima, (14) Protección de los océanos y (15) Vida de ecosistemas terrestres (UNESCO *et al.*, 2019). De estos objetivos, en relación con la gastronomía, destacamos el Objetivo 12, que enfatiza la necesidad de impulsar la producción y consumo responsables, donde se establece la prioridad en la reducción a la mitad del desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y en la disminución de las pérdidas de alimentos en la cadena de producción. La celebración del Día de la Gastronomía, cada 18 de junio, desde el 2016, pretende promover hábitos alimenticios más saludables y reconocer a la gastronomía como una expresión cultural de la diversidad natural y cultural del mundo (ONU, 2017). Actualmente, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) impulsa la gastronomía sostenible junto a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y la Organización de Alimentos y Agricultura (FAO): se trabaja, conjuntamente, para dar a conocer al público la contribución de la gastronomía al desarrollo sostenible. Esta iniciativa se ejecuta en colaboración con los Estados Miembros y la sociedad civil. Por una parte, la UNESCO desarrolla iniciativas: (1) La puesta en marcha de una Red de Ciudades Creativas desde el 2004; así, para el 2018 se seleccionaron 26 ciudades creativas en el ámbito gastronómico; (2) promover la utilización de energía limpia en los restaurantes y (3) dar a conocer los beneficios de la gastronomía sostenible a través de canales de televisión y exposiciones culturales de alimentos, dirigidas a la industria alimentaria y los agricultores. Por su parte, la FAO promueve dietas saludables en su sitio web con la sección “El cultivo tradicional del mes” de cultivos tradicionales infrautilizados (ONU, 2020). El proceso del consumo de alimentos, en cualquiera de los 193 países que conforman la ONU, envuelve conocimiento, tradiciones y manejo de recursos naturales: por medio de la gastronomía se heredan conocimientos y se promueve la cohesión social (UNESCO *et al.*, 2019).

En este contexto, el objetivo de la presente investigación es analizar el concepto de gastronomía sustentable e identificar grupos de interés, las estrategias, estándares de calidad, lineamientos asociados y los beneficios obtenidos de su aplicación en restaurantes y eventos de carácter gastronómico en el contexto internacional.



Método

La técnica utilizada para el levantamiento de datos fue el análisis de contenido cuantitativo y cualitativo (Merino, 2011) de fuentes: libros, revistas de divulgación, revistas científicas y sitios Web, citados al final del trabajo. El instrumento o matriz para inventariar todo el material encontrado respecto al tema, fue una guía de análisis de contenido que incluye tres formas de análisis (Piñar, 2012b: 76-92): vertical, horizontal y contrastivo, lo que nos permite secuenciar el análisis de datos en tres pasos.

A. Análisis vertical: con el fin de llevar a cabo una `reducción de datos` aportados por los autores consultados. El método identifica los criterios que resalta cada autor.

B. Análisis horizontal: con el fin de llevar a cabo una `clasificación de datos`, según las respuestas de los autores analizados. El método resume las respuestas posibles de todos los autores a cada uno de los ejes temáticos o criterios.

C. Presentación del trabajo a través del contraste de resultados: Se obtuvo la información de cada criterio, haciendo “uso de citas textuales en boca de sus autores”. El método ha sido tomar una unidad como resumen del texto en forma de cita.

Este proceso hizo posible un análisis comparativo de cinco ejes temáticos o categorías de análisis: (I) gastronomía sustentable y caracterización, (II) grupos de interés involucrados en la gastronomía o *stakeholders*, (III) negocios gastronómicos sustentables y eventos gastronómicos, (IV) estándares utilizados (normatividad) para impulsar la gastronomía sustentable, (V) estrategias utilizadas en materia económica, ambiental y social.

Los cinco ejes temáticos se irán decantando.



Resultados

Gastronomía sustentable

El compromiso con la sustentabilidad demanda una responsabilidad en la producción y consumo de los alimentos. Esto significa que todas las partes de la cadena (productores, sector privado y público, agencias de transporte), deben apoyar el consumo de un producto alimenticio sostenible y, además, crear vínculos con los productores locales. Entonces, la gastronomía sustentable desempeña un papel primordial en la promoción del desarrollo agrícola, la seguridad alimentaria, la nutrición, la producción sostenible de alimentos y la conservación de la biodiversidad. En otras palabras, es urgente el conocimiento y la responsabilidad en la producción y el consumo de alimentos. Para las naciones unidas, la gastronomía sostenible significa cocinar teniendo en cuenta “el origen de los ingredientes, cómo se cultivan y cómo llegan a nuestros mercados y a nuestros platos” (ONU, 2020).

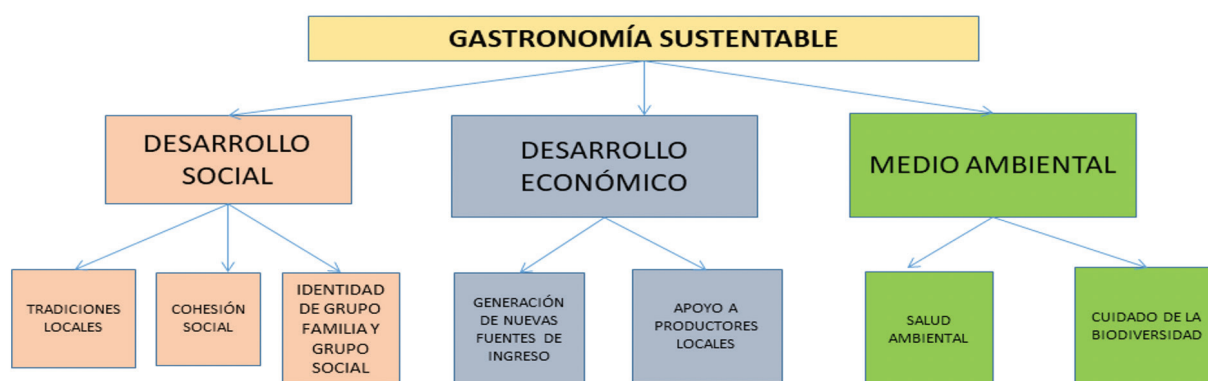
La ecogastronomía busca estrechar las relaciones sociales en torno al ciclo del alimento y de producir para alimentarse, en grupo o en familia, por lo que es un tipo de gastronomía sustentable (Binz *et al.*, 2019). Asimismo, es considerada una técnica de acopio, uso y transformación de los alimentos, basada en el conocimiento de su origen y procedimientos que permiten seguir el proceso de evolución de un alimento o producto en cada una de sus etapas: producción, transformación y distribución (trazabilidad), y de las consecuencias para la salud personal, social, ambiental y económica del planeta (Ramírez *et al.*, 2016).

Para unos autores, la gastronomía sustentable está intrínsecamente relacionada con la responsabilidad social, la salud pública y el desarrollo local y se impulsa a partir de políticas responsables que van enriqueciendo los procesos productivos o cadenas de suministro (Buitrago *et al.*, 2017). Para otros, la cocina sustentable se centra en la importancia del “medio social”, dado que genera cohesión, a través de grupos de individuos con conocimientos y tradiciones propias (Binz *et al.*, 2019; UNESCO *et al.* 2019). En otras palabras, la gastronomía sustentable impulsa el desarrollo económico local al incluir a toda la cadena de valor y la conservación de los recursos naturales, que se usan para generaciones presentes, sin su deterioro para generaciones futuras (ONU, 2019). Al respecto



de generaciones presentes y futuras de los pueblos indígenas, Boege (2002) explica que el conocimiento tradicional no solo se encuentra en relación con la biodiversidad que los rodea y cómo utilizarla, sino también con el manejo y cuidado que se le ha dado a esta biodiversidad, generación tras generación, como es el caso del uso de los alimentos que se producen localmente y que utilizan los cocineros tradicionales. A modo de resumen, la gastronomía sustentable es definida por una serie de componentes (social, económico y medioambiental), de los cuales se derivan una serie de elementos (figura 1), propios de cada región o país.

Figura 1. Pilares de la gastronomía sustentable



Fuente: Elaboración propia según Ramírez *et al.* (2016), Buitrago *et al.* (2017), Binz *et al.* (2019), UNESCO *et al.* (2019) y ONU (2020).

Grupos de interés en la gastronomía sustentable

Fernández *et al.* (2012) explican que los *stakeholders* o grupos de interés son cualquier individuo u organización que se relacione de manera explícita o implícita, voluntaria o involuntaria en una empresa. Los autores mencionan que deben tomarse en cuenta todos los individuos, o grupo de individuos, afectados por los objetivos empresariales. Entre estos se suman los trabajadores, los clientes y los proveedores, entre otros.



La teoría de los *stakeholders* o grupos de interés es una metodología de gestión empresarial, estrechamente relacionada con la responsabilidad social y ambiental. Otro grupo de interés que se relaciona con la gastronomía sustentable son los dueños de los negocios gastronómicos (Gómez *et al.*, 2015) en cualquier país. En la política gastronómica mexicana, el Diario Oficial de la Federación (DOF) explica que en la cadena de valor de la gastronomía mexicana se requiere la participación de tres sectores: público, social y privado. A través de los grupos de interés de carácter público (gobierno), social (organizaciones sociales o empresariales) y privado (dueños de negocios gastronómicos) se relacionan un sinnúmero de actividades: desde la Secretaría de Turismo (SECTUR) se fomenta su desarrollo; desde la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), se otorgan créditos y servicios financieros a los involucrados en la cadena de valor; desde la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), actualmente denominada Secretaría del Bienestar, se apoya a proyectos productivos; desde la Secretaría de Salubridad, se controla y vigila aspectos sanitarios; asimismo, la Secretaría de Educación Pública (SEP) genera programas y materiales que forman a profesionistas con competencias en este ámbito (DOF, 2015). El estudio del papel y actividades de cada una de las instituciones públicas federales y el impacto de cada una en el impulso de la gastronomía sustentable no es objeto de estudio.

Negocios gastronómicos sustentables y eventos asociados al turismo

A nivel internacional, existe una tendencia generalizada a que las empresas gastronómicas incluyan los conceptos de sustentabilidad en sus actividades diarias. A modo de ejemplo, en el Reino Unido, a lo largo de una década (2000-2020), se ha generado e impulsado la *Sustainable Restaurant Association* (SRA, por sus siglas en inglés) (*Asociación de Restaurantes Sostenibles*). Esta asociación asesora a las empresas de servicios alimenticios (restaurantes, cafeterías, bares, entre otros) en materia de sustentabilidad (consumo de productos locales, ahorro de agua, ahorro de energía, evitar el desperdicio) y otorga anualmente reconocimientos a los miembros destacados que vinculan el sector turismo con el sector gastronómico (SRA, 2020).

Para Hernández *et al.* (2016), la gastronomía es un conjunto de manifestaciones que motivan el desplazamiento de visitantes a un destino, lo cual implica prestar servicios de alimentos y bebidas con calidad. En el caso del turismo rural, la gastronomía surge como consecuencia de una



revalorización de espacios rurales. Otros autores puntualizan que el consumo de cocina tradicional se asocia a la ausencia de contaminación y ruido, a un paisaje rural y a la cordialidad de los habitantes, principales motivos de atracción para visitantes (Fuentes-Luque, 2009). Así, hablar de turismo gastronómico es impulsar la actividad turística, en la que el visitante (turista o excursionista) tiene como motivo principal el disfrute de la gastronomía del lugar. Este acercamiento puede realizarse en los restaurantes del lugar, así como en ferias, eventos y rutas gastronómicas. Este tipo de turista básicamente busca probar nuevas experiencias gastronómicas y deleitar el paladar (Oliveira, 2007). Para Schlüter *et al.* (2008), la gastronomía siempre está presente en la actividad turística, sea motivación principal (rutas gastronómicas), sea motivo secundario (comer en el destino turístico visitado), es decir, existen dos tipos de visitantes, el que viaja para comer y el que come porque viaja. En otras palabras, el consumo de alimentos asociado al viaje se relaciona con todo tipo de turismo, sea turismo social, ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural, turismo cultural, turismo sol y playa. En todos ellos, Gómez-Merino *et al.* (2013) señalan que la gastronomía tiene una tendencia marcada hacia la sustentabilidad porque al viajar y visitar lugares, por una parte, existe una derrama económica; por otra, tiene lugar la participación social, con un acercamiento a la comunidad y sus tradiciones y, finalmente, impulsa la conservación ambiental, porque el turista busca lugares sin contaminación.

Los eventos gastronómicos, en una selección de países de Europa y Latinoamérica, presentan una serie de características comunes y diferenciales.

Europa

En el caso de Alemania, existen “las tiendas granja” (*Höfladen*) como escenarios de promoción de la gastronomía local para los visitantes, donde se comercializan productos gastronómicos que se producen en localidades rurales, se relacionan con menús especializados de restaurantes y se ofertan en los alojamientos en las casas de los habitantes locales (Leal, 2011).

La comida de Italia es reconocida y tiene una gran variedad por región y localidad. Son reconocidos sus vinos y quesos, entre otros alimentos. Sus rutas del vino resaltan en el país, ya que impulsa de forma decidida el desarrollo económico local (Díaz-Barceló *et al.*, 2015). En este país destaca la



importante labor del grupo *Slow Food*, asociación sin fines de lucro, que promueve la conservación de la biodiversidad, la cultura, las tradiciones y el disfrutar del alimento: su filosofía es consumir despacio, bueno, justo y limpio. Este grupo, además de organizarse en grupos pequeños llamados “convivios” y reunirse para hacer cenas, hacen eventos gastronómicos. Este es el caso del evento “Terra Madre, Salone del Gusto” que se desarrolla cada año en Turín. Además, el grupo tiene proyectos donde impulsa la conservación de procesos de producción y asegura la permanencia de productos locales o Baluartes Sloow Food (Slow Food, 2020).

En el caso del Reino Unido, la Asociación de Restaurantes Sostenibles busca que la comida, sea producida basándose en principios, de obligado cumplimiento para restaurantes y proveedores, en el ámbito económico, social y ambiental. A nivel económico, los principios son el uso de carne producida en la región, promoción de menús locales con productos de temporada, conocer la trazabilidad de los ingredientes al 100%, no servir carnes rojas, la mitad de los menús deben ser vegetarianos y al menos un menú vegano al día, consumo de huevos de rancho, no se consumen especies que están en peligro de extinción (Lista roja de la IUCN o International Union for Conservation of Nature) y uso de pescado con método de producción sostenible. A nivel social, los principios son usar café, té, chocolate y azúcar de comercio justo, informar a los comensales sobre el origen de los productos, asegurar a los trabajadores sus derechos laborales en la cadena de producción, ofrecer a los trabajadores al menos una comida pagando justamente sus horas de trabajo, garantizar sueldos sin discriminación de género, accesibilidad de la infraestructura para todos los comensales. A nivel ambiental, los miembros asociados hacen uso de eco energías al 100%, monitorean la reducción de consumo de energía y agua, minimizan el uso de plástico en el servicio y en la compra a los proveedores, reciclan vidrio, plástico y papel, se utiliza plástico reusable o compostable, se miden y establecen estándares para reducir los residuos orgánicos, la inevitable producción de orgánicos se compostea y la comida sobrante se dona a bancos de alimentos (SRA, 2020).

Latinoamérica: Perú, Chile, Colombia y México

La riqueza de sabores, tendencias y conceptos hacen de la gastronomía uno de sus principales atractivos de los países de la Alianza del Pacífico (Perú, Chile, Colombia y México), un mecanismo de integración económica y comercial, basado en cuatro pilares: libre movilidad de bienes, servicios,



capitales y personas, y un eje transversal de cooperación. La gastronomía local ha demostrado ser una fuerza motriz inédita que involucra a varios sectores: promueve emprendimientos populares de comida y genera miles de puestos de trabajo, fomenta una cadena de valor que incluye a la pequeña agricultura familiar, la pesca artesanal, los mercados mayoristas y de abastos, los institutos de formación en cocina y la industria alimentaria, así como los fabricantes de equipos y utensilios de cocina. El sector gastronómico en los países de la Alianza del Pacífico es un tema estratégico. Los cuatro países han enfocado políticas públicas relacionadas directamente con este sector, con planes y acciones centradas en la promoción y desarrollo en su relación con el turismo (Bonilla *et al.*, 2017). En cada país se han impulsado diferentes estrategias.

En Perú, desde hace una década, existe el *boom* de la gastronomía peruana, impulsado por la Asociación Peruana de Gastronomía (APEGA) que realiza ferias gastronómicas. Existe una feria internacional denominada “Mistura” donde se quiere rescatar la biodiversidad y la cocina tradicional del país. A través del Centro Nacional de Planeación Estratégica se establecieron las prioridades en materia gastronómica, dentro de las cuales destaca tanto “el convertir a la gastronomía en un instrumento para revalorar los productos agropecuarios e hidrobiológicos emblemáticos del Perú y favorecer un desarrollo sostenible e inclusivo” como “el comprometer a las nuevas generaciones de cocineros y profesiones relacionadas con la promoción de la gastronomía en el marco de una visión de responsabilidad social y ambiental, espíritu de trabajo colectivo y solidario, y cultura de calidad y excelencia” y, finalmente, “promover a Perú en el mundo como destino gastronómico” (APEGA, 2012: 41).

En el caso de Chile, Ascanio (2009) menciona la presencia de rutas turísticas, donde la gastronomía solo es parte de éstas. Con la asociación Pro Chile la comida chilena ha participado en varios eventos internacionales (INACAP, 2016) y son notables los esfuerzos por vincular el patrimonio gastronómico de Chile al desarrollo sustentable (Sabores de Chile, 2019).

En México, la SECTUR a partir del nombramiento a la cocina mexicana como *Patrimonio Intangible de la Humanidad*, inscripción impulsada por la Cocina Michoacana ante la UNESCO en 2010, dio a conocer un listado de Rutas Gastronómicas, mismas que proporcionan a los turistas nacionales e internacionales una guía para visitar lugares representativos por su gastronomía (tabla 1). Las 18



Rutas Gastronómicas se derivan de las Rutas de México y abarcan 155 destinos en 32 entidades del país, 31 Pueblos Mágicos, nueve ciudades Patrimonio de la Humanidad, 14 sitios naturales y culturales, 25 etnias con más de mil 500 platillos y bebidas típicas de los rincones de México. La propuesta culinaria de estas rutas gastronómicas se sustenta también en la participación de más de 500 chefs de todo el país, quienes crearon platillos, que combinan tanto la tradición como la modernidad (SECTUR, 2019).

Tabla 1. Las Rutas Gastronómicas de SECTUR

Nombre de la Ruta Gastronómica	Destino turístico
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 de antaño	Tlaxcala y Puebla
La sazón del minero	Aguascalientes, San L. Potosí y Zacatecas
Entre cortes y viñedos	Nuevo León, Coahuila, Durango y Sonora
Los ingredientes mestizos del Mayab	Yucatán y Quintana Roo

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (2019).



Asimismo, existen numerosos eventos gastronómicos incluidos en las rutas mencionadas. En Michoacán se realiza el ya tradicional encuentro de cocineras y se lleva a cabo la Ruta Turística “Don Vasco”, que incluye 11 circuitos con una destacable gastronomía. En Tabasco, por otro lado, existen propuestas como la generación de la “Ruta del cacao al chocolate” (Camacho *et al.*, 2018) y la “Ruta de la Miel Melipona” en Quintana Roo (Espinosa *et al.*, 2017). En Veracruz existen propuestas para el desarrollo de agroturismo en la Región Turística de Altas Montañas, donde también se contempla a la gastronomía (Serna *et al.*, 2015). A ello se suman las rutas turísticas elaboradas y comercializadas por Rutas de Veracruz con un fuerte componente gastronómico: Ruta de la Niebla, Ruta las Altas Montañas, Ruta La Huasteca Veracruzana, Ruta del Son, Ruta de la Vainilla, Ruta de Cortés y la reciente ruta misionera por la sierra central veracruzana San Rafael Guízar y Valencia (Arriaga, 2020). Otros proyectos de gastronomía sostenible se presentan en Castillo (2019) como alternativas para lograr mejoras en lo que se produce y en lo que se come, a fin de tener un esquema más justo del campo a la mesa en México.

Política Pública: Programas, manuales y distintivos

Cuando hablamos de política pública (López, 2007) nos referimos a la acción pública que enlaza Estado, gobierno y ciudadano. Todo ello se plasma en forma de planes, programas, estrategias, metas, actividades que se miden a través de indicadores. En este enfoque es crucial la participación del ciudadano como parte de los sectores social, productivo o académico. No nos referimos a políticas gubernamentales, centradas en acciones que el gobierno realiza para resolver necesidades de la población. Esta política no involucra a la ciudadanía, no hace partícipe a la sociedad (Collado, 2015).

A nivel internacional, se han impulsado sistemas como la “Global GAP, *Global Agriculture Practices*, o norma mundial para las buenas prácticas agrícolas (Intedya, 2020), el sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) aplicado a todas las etapas de la cadena de producción del alimento, esto es, crecimiento, cosecha, procesamiento, fabricación, distribución, comercialización y preparación del alimento para consumo (OMS-OPS, 2020) y el logo de la *Marine Stewardship Council* o sello azul que establece un estándar para la pesca sostenible, gestionando un programa de certificación y eco-etiquetado para la pesca salvaje (MSC, 2020).



En Alemania, la elaboración de políticas, su estrategia y los indicadores para el cumplimiento de la agenda 2030, impulsó el uso de certificaciones, que permiten conocer la trazabilidad y calidad de los alimentos, especialmente el Logo Orgánico de la Unión Europea y el Logo de Comercio Justo (The Federal Government, 2016).

En España existe el programa “Saborea España”, que fue desarrollado por la Federación Española de Hostelería (FEHR), la Asociación Española de Destinos para la Promoción de Turismo Gastronómico, la Organización Europea de Cocineros (Euro-Toques), la Federación de Asociaciones de Cocineros y Reposteros de España (FACYRE) y los Paradores Nacionales de Turismo. Este grupo de asociaciones promueve las diferentes rutas turísticas gastronómicas en todo el país y las 17 entidades federativas o Comunidades Autónomas (Saborea España, 2018). Rodríguez *et al.* (2010) presentan la certificación de alimentos creada para mejorar la calidad de los productos: la “Denominación de Origen Protegido” (D.O.P), donde se exige el control de las materias primas y procesos de producción de un producto, estando regulada por instituciones económicas de gobierno. En *Italia* también utilizan las “Denominación de Origen Protegido” (D.O.P) impulsada por la Ospitalità Italiana, de la Camere di Commercio, que premia al servicio de restaurantes italianos dentro y fuera de Italia (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche, 2013). En *Reino Unido* destaca la Asociación de Restaurantes Sustentables (SRA), que ofrece capacitación continua en materia de competitividad y sustentabilidad. Asimismo, periódicamente otorga los premios “Food Made Good Award” (SRA, 2020). A ello se une el trabajo de la Sustainable Development Commission, que desarrolló el manual llamado “Sustainable Table” donde se enfoca a transformar los patrones de consumo con la finalidad de que las dietas se vuelvan sustentables (Rayner *et al.*, 2019).

Latinoamérica: Perú, Chile, Colombia y México

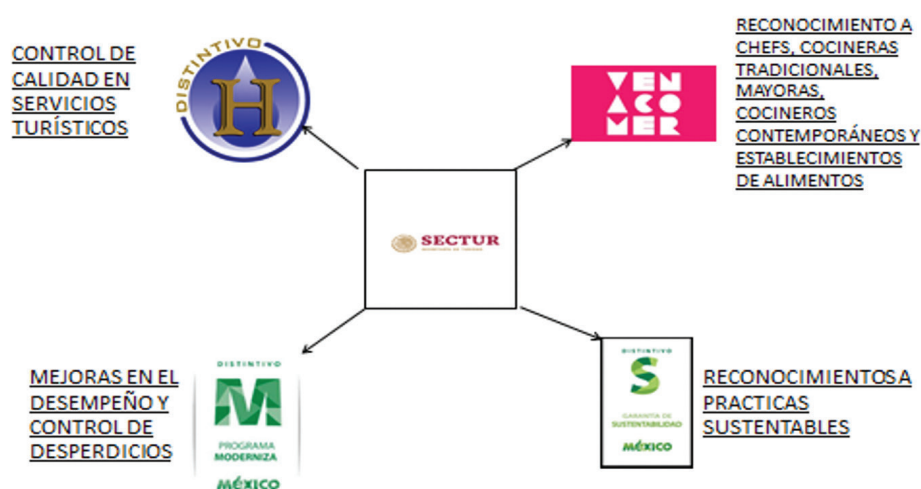
En *Perú*, la Asociación Gastronómica de Perú (APEGA) solicitó hace una década al gobierno políticas públicas de fomento a la gastronomía, por medio de un manifiesto llamado “Gastronomía Peruana 2021”, dado que considera la cocina peruana con potencial para ser Patrimonio Inmaterial de la Humanidad (APEGA, 2012). En *Chile* existe una iniciativa colectiva público-privada denominada “Sabores de Chile”. Esta institución junto con el ministerio chileno se encarga de las empresas chilenas y junto



con otras asociaciones generó el programa que lleva su mismo nombre (Sabores de Chile). Por el momento, este programa sólo da las pautas para hacer la internacionalización de productos chilenos (Sabores de Chile, 2019). En *Colombia* sólo existe Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional. Sin embargo, la ONU junto al gobierno de Colombia generó la política pública nacional de producción y consumo sostenible (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2010).

En *México* emerge una política pública de fomento a la gastronomía desde el 2015, impulsada tanto por el Conservatorio de Cultura Gastronómica Mexicana, con figuras emblemáticas como Gloria López Morales y Enrique Olvera, y la SECTUR, dirigida al impulso del turismo gastronómico, para enaltecer la gastronomía mexicana, nombrada Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Un total de 21 dependencias participaron en la generación de esta política, entre las cuales destaca SAGARPA, SEDESOL, SEP y SECTUR (DOF, 2015). Esta política es el motor de una serie de programas, que se describen a continuación y se resumen en la figura 2.

Figura 2. Distintivos de calidad de la SECTUR (2021)



Fuente: Elaboración propia según SECTUR (2015), SECTUR (2018), SECTUR (2019) y SECTUR (2020).



- El programa “Ven a comer” fue desarrollado para impulsar la comida tradicional mexicana. Premia a chefs, cocineras, cocineras tradicionales, mayoras, cocineros contemporáneos, de vanguardia o promotores mexicanos internacionales, establecimientos de alimentos y bebidas, emprendedores y productores (SECTUR, 2019).
- El distintivo “S” lo otorga también la SECTUR. Mide el desempeño de las empresas turísticas y les da el reconocimiento a las prácticas sustentables (SECTUR, 2015).
- El distintivo “H”, relacionado con la calidad de los alimentos, es una estrategia diseñada para mejorar la calidad de los servicios turísticos en materia de higiene de alimentos y avala a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas que cumplen con los estándares definidos por este programa (SECTUR, 2019).
- El distintivo “M” o Moderniza lo otorga la SECTUR a las empresas del ramo turístico, ofreciendo herramientas administrativas: la mejora del desempeño de su personal, el control del negocio, disminución de desperdicios e incrementar su rentabilidad. Este programa, aunque no está dirigido a empresas gastronómicas específicamente, puede utilizarse en los restaurantes ubicados en hoteles o a todo tipo de empresa de servicios (SECTUR, 2020).

Estrategias relacionadas con la gastronomía sustentable

En *Alemania* se trata de aprovechar el turismo regional para la promoción de la gastronomía local por medio de tiendas especializadas. Estas tiendas granja impactan al turismo gourmet y turismo rural. Generan derrama económica para localidades rurales del país, con posibilidad de exportar estos productos (Leal, 2011).

En *España* se realizan rutas gastronómicas sobre todo enológicas, pero también hay de otros alimentos, como rutas del queso, donde se incluye la activa participación de los restaurantes (Díaz-Barceló *et al.* 2015). Sin embargo, Gómez *et al.* (2015) realizan un análisis de la situación y destacan los problemas de coordinación entre los *stakeholders*, en los diversos niveles político-administrativos relacionados con el área turística.



En *Italia*, el grupo de *Slow Food* ha ido expandiéndose a otros países. En un primer momento, inició con el propósito del disfrute lento de la comida en contraposición con la *Fast Food* (comida rápida). Hoy, el grupo promueve el apoyo a productores, el consumo de comida local y la protección del medio natural. Este movimiento estableció su propia Universidad (Università di Scienze Gastronomiche) para fortalecer los estudios gastronómicos con una base de sustentabilidad (Slow Food, 2020).

En *Reino Unido* incluyen a través de la Sustainable Restaurant Association (SRA), a grupos de personas organizadas para consumir platillos hechos con ingredientes locales, además de buscar que los restaurantes se vuelvan sustentables, por medio de una clasificación propia, también tiene proveedores sustentables y dan premios de acuerdo al nivel de sustentabilidad (SRA, 2020). Por otro lado, el manual llamado “Setting The Table” pretende que los habitantes vuelvan sus dietas sustentables (Rayner *et al.*, 2019).

Latinoamérica

En *Perú*, aprovechando el llamado “boom de la gastronomía”, están relacionando su comida con los agroproductores con el fin de incluirlos paulatinamente (Morales *et al.*, 2015). En el país hay entidades públicas y privadas que dan su apoyo a la gastronomía (Matta, 2014). Sin embargo, Valderrama (2011) puntualiza que si bien el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional al 2021, tiene como objetivo prioritario el desarrollo de servicios turísticos y gastronómicos, un porcentaje muy bajo de restaurantes cumple con normas de calidad.

En *Colombia* seleccionan a los proveedores (productores locales), para tener reconocimiento social y ofrecer alimentos sanos. Aunque los resultados son incipientes, ya se observa: normas de producción, alimentos sanos, reducción de efectos negativos en el ambiente, aumento de proveedores locales y cumplimiento de la demanda actual. En el país se está impulsando una gastronomía sustentable creando conciencia en la mesa y ligándola con lo social, la salud pública y el desarrollo de procesos productivos. Los autores especifican que los llamados “restaurantes sustentables” en Colombia tienen características en común: uso de productos ecológicos y consumo de productos locales (Buitrago *et al.*, 2017).



En Chile involucran a todos los actores, líderes chefs, apoyos público y privado. PROCHILE lleva la gastronomía chilena a varios países y generó la estrategia “Desarrollo Sustentable del Patrimonio Gastronómico de Chile”, ejecutado por la Federación de Empresas de Turismo (Fedetur). Aquí participaron organismos como la Subsecretaría de Turismo, Sernatur (Servicio Nacional de Turismo), CORFO (Corporación de Fomento de la Producción), Fundación Imagen de Chile, *Slow Food*, FIA (Fundación para la innovación agraria), INDAP (Instituto de Desarrollo Agropecuario) (INACAP, 2016).

México, por su parte, reporta la existencia de propuestas exitosas.

- Comalcalco, *Tabasco*, con la presencia de haciendas productoras de cacao. La Ruta incluye tres haciendas cacaoteras, donde los visitantes pueden hacer su propio chocolate y consumir la gastronomía del lugar. En la ruta se aprecian acciones pendientes en el ámbito de políticas públicas: infraestructura vial, necesario inventario gastronómico y registro de marca. Los autores mencionan que se necesita promoción y comercialización de la ruta y diseñar experiencias turísticas integrales del chocolate con un Plan Gastronómico y Turístico que coadyuve al desarrollo económico local (Camacho *et al.* 2018).
- En *Tlaxcala*, las culturas nativas o autóctonas están despertando interés en grandes nichos del mercado turístico, como la comunidad Yumhu en Ixtenco (Téllez *et al.*, 2018).
- En *Michoacán* se aprovecha la vocación turística de México, con un fuerte posicionamiento de grupos indígenas, gracias a la cocina tradicional purhépecha (Serrato *et al.*, 2011).
- En *Querétaro* los empresarios de la zona se unieron a SECTUR para generar rutas y fomentar el desarrollo económico (SECTUR, 2016). Se aprovecha la elaboración de un producto como el vino para generar desarrollo turístico y económico, pero al mismo tiempo se incluye la historia cultural, social y medioambiental de la zona. Por otro lado, también el visitante recibe otros beneficios como la posibilidad de comprar a precios más bajos, beneficios a la salud y tener la posibilidad de hacer recorridos culturales. Sin embargo, los autores Alpízar *et al.* (2009), señalan como las Rutas del Vino están trayendo efectos negativos en temas tanto ambientales, con cambios de uso de suelo, como socioculturales.
- En *Veracruz* hay numerosos estudios que destacan la importancia del atractivo cultural, gastronomía, para impulsar los destinos turísticos veracruzanos. Por una parte, se observa que existe potencial para el turismo rural y su gastronomía en el conjunto de la entidad federativa



(Piñar, 2012a), en pequeñas localidades como Tepexilotla (Mikery *et al.*, 2014), en municipios como Coscomatepec, Pueblo Mágico (Serna *et al.*, 2014) y en municipios ubicados en áreas naturales protegidas, caso de Filobobos (Piñar y Rendón, 2019) o Parque Nacional Pico de Orizaba (Carreto, 2021). Asimismo, se han otorgado Galardones del Programa “Ven a Comer” a cocineros, cocineras emblemáticas como las Mujeres de Humo del Totonocapan y Chefs reconocidos como José Burela Picasso y Pepe Ochoa. En 2017, se le entregó el galardón a Erick Guerrero y Raquel Torres Cerdán (SECTUR, 2019).

Discusión de resultados

La revisión bibliográfica realizada indica que hablar de gastronomía sustentable es abordar la gastronomía desde los tres pilares de la sustentabilidad: el económico, el social y el medioambiental, aunque algunos autores le dan más peso al pilar social (Binz *et al.* 2019; UNESCO *et al.* 2019; Ramírez *et al.* 2016). La más reciente literatura incide en que el desarrollo del entorno alimentario requiere tener en cuenta los objetivos y metas de la Agenda 2030 (UNESCO, 2019) y otros factores como la responsabilidad social empresarial en la producción y en el consumo de productos y servicios (ONU, 2020; Wojtarowski *et al.*, 2016); asimismo, mencionan la importancia de la salud de los alimentos, de los suelos que los ven crecer y su relación al medio ambiente, incluyendo las tradiciones sociales (ONU, 2020; UNESCO *et al.*, 2019; Buitrago *et al.*, 2017; Ramírez *et al.*, 2016). Entendemos entonces a la gastronomía sustentable como el conjunto de platos y usos culinarios propios de un determinado lugar, cuya preparación y consumo tienen un triple componente: *el componente social*, al involucrar grupos de individuos con conocimientos y tradiciones que generan cohesión social (Binz *et al.*, 2019; FAO, 2020) y *el componente económico*, al impulsar toda la cadena de la producción dando prioridad a lo local (ONU, 2020) y *el manejo o uso sostenible del medio ambiente y conservación de la biodiversidad* (ONU, 2020; FAO, 2020).

Los actores involucrados en la cadena de valor son todos los que participan en el sector gastronómico: se hace imprescindible que los sectores público, social y privado se involucren en el impulso del sector. Al igual que los autores Gómez *et al.* (2015), coincidimos en la importancia de integrar en cadenas productivas a los y las chefs, los cocineros y las cocineras, los consumidores o comensales,



los proveedores (productores y productoras locales) y los actores del sector público que tienen injerencia en el sector gastronómico. En Reino Unido existe ya una asociación que evalúa restaurantes y otorga premios con el cumplimiento de requisitos traducidos en indicadores (SRA, 2020).

En países de América Latina se está impulsando la gastronomía sustentable en su relación con el turismo y la generación de rutas turísticas (Schlüter *et al.*, 2008). Con ello se pretende encajar las mismas en el modelo hacia la sustentabilidad, ya que el medio ambiente debe conservarse o usarse con prácticas sustentables, para poder generar la visita de las personas que buscan conocer tradiciones y gastronomía (Gómez-Merino *et al.*, 2013; Fuentes-Luque, 2009). Estos autores coinciden con Gómez *et al.* (2015), Schlüter, (2008), Hernández *et al.*, (2016), Piñar & Rendón (2019), al afirmar que la actividad económica turística se debe relacionar con el cuidado del medio ambiente: turismo de naturaleza (suma de actividades de ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural) y turismo cultural van de la mano con la gastronomía sustentable. Así, el turismo gastronómico es una oportunidad de resaltar la gastronomía del lugar o destino turístico, bien a través de *restaurantes* llamados sustentables como sucede en Reino Unido (SRA, 2020), bien a través de *eventos gastronómicos*, ya sea mediante *rutas* como las que se realizan en Italia, Colombia, Chile y México (Díaz-Barceló *et al.*, 2015; Téllez *et al.*, 2019; INACAP, 2016; SECTUR, 2019) o a través de *Ferias*, tal y como las que se realizan en Perú y Chile (APEGA, 2012; INACAP, 2016). En otras palabras, la gastronomía sustentable se está desarrollando, bien a través de restaurantes, bien con su inclusión en eventos gastronómicos y turísticos.

Ahora bien, para implementar la gastronomía sustentable, se requiere el uso de manuales y distintivos que le den cuerpo a la implementación de políticas públicas. En una selección de países de la Unión Europea se encuentran bien establecidas las Denominaciones de Origen Protegidas, bien en España (Rodríguez *et al.*, 2010), bien en Italia (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche Ospitalità Italiana, 2013). También existe normatividad, manuales y etiquetas para el control de productos alimenticios. Todo está relacionado con el cuidado del medio ambiente (agua, aire y suelo) y el producto alimentario en sí (Verdes, 2014; FAO, 2020; SRA, 2020). Por su parte, en Latinoamérica se observa la presencia de políticas públicas sobre el papel, pero no evaluadas año con año, para ser mejoradas, como es el caso de Perú (APEGA, 2012) y México (SECTUR, 2019).



Así, en México existen diferentes distintivos creados por la SECTUR (2019), como son el Distintivo H, el Distintivo M (Moderniza), el Distintivo S y el Distintivo Ven a Comer, pero ninguno ha impulsado la gastronomía sustentable. Tampoco existen manuales como guía de restaurantes sustentables: se establecen las bases para el fomento de la gastronomía, pero abiertamente no es una política pública de gastronomía sustentable como otros países de la Unión Europea. Reiteramos que la política pública en México está disponible desde el 2009 y, sin embargo, el proceso de implementación está desarrollando de manera lenta y es dirigida hacia la producción y consumo de comidas tradicionales. Como resultado, con el apoyo de la iniciativa privada, se han establecido rutas con el apoyo de instituciones públicas (SECTUR, 2019; Camacho *et al.*, 2018) y de empresas privadas (Camacho *et al.*, 2013).

Esta experiencia de gastronomía sustentable, estrechamente relacionada con el turismo de naturaleza y turismo cultural, es una realidad en países de la *Unión Europea*, caso de Alemania (Leal, 2011) con las Tiendas Granja, de Reino Unido (SRA, 2020), con la Asociación de Restaurantes Sustentables, de Italia (Binz *et al.*, 2019) y de España, con el impulso decidido de las Rutas del Vino desde hace una década (Rodríguez *et al.*, 2010): en todos los casos señalados, a través de los restaurantes y eventos gastronómicos, se está impulsando el desarrollo económico local de destinos turísticos.

En *Latinoamérica*, la gastronomía también impulsa el desarrollo económico local y cuidado del medio ambiente, pero no se ha establecido el término de gastronomía sustentable, ni en el caso de Colombia (Buitrago *et al.*, 2017), ni en el de México. Efectivamente, en Latinoamérica se está impulsando la gastronomía a través del turismo por medio de eventos como ferias y rutas gastronómicas: es así como permea el desarrollo sustentable, aunque no esté establecido el término, gracias a grupos privados y de desarrollo social, que involucran a proveedores y cocineras locales (SAGARPA, 2019), con un fuerte componente indígena (Serrato *et al.*, 2011). Desde el 2016, la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) declaró el Día de la Gastronomía Sostenible y cada país, con sus cocineras, cocineros y chefs a la cabeza, ha usado sus ingredientes y productos de temporada, contribuyendo a la preservación de la vida silvestre y las tradiciones culturales culinarias.

En general, los autores coinciden en algunos aspectos u oportunidades de mejora a observar para implementar la gastronomía sustentable en México: problemas de coordinación entre los actores de la cadena de valor, la calidad de los alimentos como prioridad y el cambio en los valores culturales de los habitantes, tal y como señala la tabla 2.



Tabla 2. Aspectos observados de la implementación de gastronomía sustentable

Aspectos positivos	Aspectos negativos
Desarrollo de Políticas Públicas	Descoordinación entre los grupos de interés o stakeholders
Desarrollo de turismo nacional y turismo gastronómico	Ausencia de las normas de calidad
Desarrollo económico local asociado a prácticas sustentables	Problemas relacionados con el cambio de uso de suelo.
Educación gastronómica basada en la sustentabilidad	Transformaciones en los valores culturales
Elaboración de manuales guía para restaurantes y para eventos gastronómicos	
Reducción de efectos negativos al ambiente	Incremento de residuos sólidos urbanos
Rescate de tradiciones	

Fuente: Elaboración propia según Piñar y Silva (2021).

Impulsar la sostenibilidad desde la gastronomía, de acuerdo con la ONU, ha supuesto realizar actividades económicas (agrícolas, pesqueras, preparación de comidas) sin desperdiciar los recursos naturales y sin perjudicar la salud del medio ambiente y los seres vivos. Con la declaratoria y con los ejemplos analizados a nivel internacional y nacional, el impulso de la gastronomía sustentable es un bien necesario *a nivel económico* (mejorar la eficacia en el uso de los recursos), *a nivel social* (mejorar los medios de vida rurales y el bienestar social), *a nivel ambiental* (acciones directas para proteger, conservar, o restaurar los recursos naturales; reforzando la resiliencia de las personas, las comunidades y los ecosistemas) y, finalmente, *a nivel político administrativo*, con mecanismos de gobernanza responsables y eficaces. Finalmente, los resultados muestran como la gastronomía sustentable está ligada al turismo, y de ahí la importancia de abordar el impulso de la gastronomía desde el turismo sustentable (Piñar *et al.*, 2019), sea cual sea su modalidad.



Conclusiones

Caracterizar la gastronomía sustentable hizo posible entender qué rasgos la definen, los actores que están involucrados en su fomento, en donde es necesaria su aplicación y cuáles son los resultados más relevantes de su aplicación en una muestra de países seleccionados de Europa y Latinoamérica.

Al revisar la bibliografía, se observó que la gastronomía sustentable no está definida, pero se está impulsando, desde las prácticas económicas que buscan el equilibrio entre lo económico, lo social y lo medio ambiental. En la Unión Europea hay ejemplos exitosos y políticas públicas y empresariales definidas. En Latinoamérica destaca un creciente impulso a través del turismo gastronómico. A nuestro entender, la gastronomía sustentable o ecogastronomía se define como el conjunto de platos y usos culinarios propios de un determinado lugar, cuya preparación y consumo parte de cuatro componentes: el componente social (al involucrar grupos de individuos con conocimientos y tradiciones que generan cohesión social), el componente económico (al impulsar toda la cadena de valor en la producción y consumo, dando prioridad a lo local), el componente ambiental (con el manejo o uso sostenible del agua, suelo aire y la conservación de la biodiversidad) y el componente político-administrativo, con una normatividad y estrategia colaborativa necesaria entre el sector público y privado (productivo y social), fundamentadas en una planeación conjunta y el desarrollo de un distintivo.

En el caso de México, donde se estableció la Política de Fomento a la Gastronomía en el 2015, base para el desarrollo de la gastronomía, con puntos estratégicos orientados a la sustentabilidad, sin embargo, no existen ni leyes, ni reglamentos que guíen a los actores estratégicos o *stakeholders* relacionados en el sector para poder establecerse como negocios que venden platillos bajo estándares de calidad y sustentabilidad. Si bien existen otros distintivos liderados por la SECTUR, estos no se aplican a la gastronomía, con excepción del Distintivo “Ven a comer”. Su vinculación con las rutas turísticas establecidas en el país y las propias de cada región son la plataforma ideal para impulsar la gastronomía sustentable de forma decidida. El liderazgo efectivo de las instituciones será crucial.



Recomendaciones

La Gastronomía Sustentable en México, ante la actual emergencia sanitaria provocada por el COVID 19 (Navarro *et al.*, 2020), se hace más relevante que nunca. Cuatro son las recomendaciones para su impulso.

1.-Inventario de restaurantes y eventos gastronómicos: Se recomienda la documentación de todos restaurantes con enfoque sustentable y los eventos gastronómicos que se generen por parte de los restaurantes, cocineros y cocineras de destinos concretos, para acercarse a modelos exitosos que puedan replicarse.

2.-Análisis de actores y redes: Un acercamiento desde la academia a grupos involucrados en el impulso de la gastronomía sustentable (chefs, cocineros, cocineras, comensales, proveedores, productores agropecuarios con producción ecológica e instituciones privadas y públicas locales) para desarrollar conjuntamente un distintivo de calidad propio con indicadores económicos, sociales, ambientales y administrativos, establecidos por consenso.

3.-Reglamentación, planeación y programación: Se necesita el establecimiento de lineamientos para impulsar la gastronomía sustentable en todo el país, así como la planeación del sector con la elaboración de un Programa Sectorial de Gastronomía Sustentable, tanto a nivel federal como estatal, con las Reglas de Operación necesarias para su impulso, partiendo de la diversidad de platillos en el país y el reconocimiento internacional de *Patrimonio Intangible de la Humanidad*, por parte de la UNESCO desde el 2010.

4.- Programas sectoriales gastronómicos a nivel de destinos turísticos siguiendo la metodología del marco lógico en el análisis de problemas y soluciones. La COVID-19 y el agente causante SARS-Cov2 darán el impulso necesario para una Nueva Humanidad.

En general, el principal freno al impulso de la gastronomía sustentable es la falta de estrategias colaborativas entre el sector público y privado, orientadas al impulso decidido de la gastronomía sustentable. Si bien hay ejemplos destacables en Europa e intentos por generar un marco normativo, en Latinoamérica la obtención de un distintivo con la participación público-privada podría generar bienestar social, desarrollo económico local y el uso sustentable de los recursos naturales y culturales de cualquier destino turístico



Debido a lo anterior, confirmamos la necesidad de generar un distintivo que cuente con indicadores económicos, sociales y medioambientales, que ayude a que los restaurantes y eventos turísticos tengan una guía y un incentivo para que comiencen un desarrollo turístico sustentable. La contribución de este documento es dar pie para la generación de dicho distintivo, de aplicación en restaurantes y eventos gastronómicos estrechamente relacionados con la actividad turística.

Agradecimientos: Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Programa Nacional de Posgrados de Calidad (CONACYT-PNPC) por la beca de tres años (2018-2021) a través del Doctorado en Desarrollo Regional Sustentable en El Colegio de Veracruz. México.



Referencias

- Alpízar-Padilla, V. A. & Maldonado-Avalos, M. M. (2009). Integración de la Ruta del Vino en Querétaro, un producto innovador. *Quivera Revista de Estudios Territoriales*, 11(2), 97-109.
- Arriaga-Stranski, L. (15/05/2020). Ruta Misionera por la Sierra Central veracruzana San Rafael Guízar y Valencia. Rutas de Veracruz. Xalapa, México. Disponible en <https://www.rutasdeveracruz.com.mx/>, [15 de abril de 2020].
- APEGA (2012). Gastronomía Peruana al 2021. Lineamientos para un programa de gastronomía peruana en el marco plan bicentenario. Perú. Centro Nacional de planeación estratégica. Disponible en https://www.ceplan.gob.pe/documentos_/2da-edicion-del-documento-de-trabajo-lineamientos-para-un-programa-de-desarrollo-de-la-gastronomia-peruana-en-el-marco-del-plan-bicentenario/, [08 de enero de 2020].
- Ascanio, A. (2009). Rutas gastronómicas chilenas: una aproximación al tema. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 321-325, [07 de marzo de 2020].
- Binz, P. & De Conto, S. M. (2019). Gestión de la gastronomía sustentable: prácticas del sector de alimentos y bebidas en hospedajes. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(2), 507-525, [03 de abril de 2020].
- Boege, E. (2002). Protegiendo lo nuestro: manual para la gestión ambiental comunitaria, uso y conservación de la biodiversidad de los campesinos indígenas de América Latina. INI-Programas de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente: 13-27. México: Fondo para el desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe.
- Bonilla-Cordero, C.A., Guarín Restrepo, J. A. y Sabogal Mora, A.N. (2017). Turismo sostenible en la Alianza del Pacífico. Disponible en <https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/6278/1/turismo%20sostenible%20en%20la%20Alianza%20del%20Pacifico.pdf>, [07 de marzo de 2020].



- Buitrago, B. S. & Chivita, S. D. A. (2017). La gastronomía sostenible como factor de mejoramiento de la cadena de suministro del sector gastronómico en Bogotá-Colombia. Repositorio Digital de la Universidad externado de Colombia. Disponible en http://uexternado-dspace.metabiblioteca.com:8080/bitstream/001/362/1/JJA-spa_-2017- La_gastronom%C3%ADa_sostenible_como_factor_de_mejoramiento.pdf, [15 de noviembre de 2020].
- Camacho, G. M. & Pérez, B. G. (2013). Restaurantes Toks: estrategias de responsabilidad social. *Innovar*. 23(49), 141-155, [30 de enero de 2020].
- Camacho, G. M., Suárez, J. R. D. C. & Juárez, D. A. A. (2018). Ruta gastronómica del cacao al chocolate en Comalcalco, Tabasco, México: Ante Nuevos escenarios mundiales. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C, Coeditores, México. Disponible en <http://ru.iiec.unam.mx/3814/>, [08 de enero de 2020].
- Carreto, F. P. (2021). Propuesta de Geoturismo en el paisaje volcánico del Parque Nacional Pico de Orizaba, Veracruz, México. Tesis de Maestría en Desarrollo Regional Sustentable. Xalapa, Veracruz: El Colegio de Veracruz.
- Castillo, M. (10/07/2019). Rutas con sabor: 10 proyectos de gastronomía sustentable en México que debes conocer. Disponible en <https://blog.seccionamarilla.com.mx/10-proyectos-de-gastronomia-sustentable-en-mexico/>, [15 de enero de 2020].
- Collado, M. E. G. (2015). Análisis de las políticas gubernamentales en México sobre Paz y Educación 2013-2018. *Revista de humanidades*, (24), 3.
- Díaz-Barceló, I., Villa Pérez, A. & Calzadilla D. J. M. (2015). *Las rutas del vino y las bodegas en el turismo de las regiones de Italia*. Trabajo presentado en el X Congreso de la Asociación Española de Economía Agraria, Córdoba, España.
- DOF (Diario Oficial de la Federación) (2015). Política de Fomento a la Gastronomía Nacional. Disponible en https://patrimonioculturalyturismo.cultura.gob.mx/documentos/pdf/Politica_de_fomento_a_la_gastronomia_nacional.pdf, [15 de enero de 2020].



- Espinosa C. H. & Figueroa de la Fuente, M. (2017). El aprovechamiento de la miel melipona como un atractivo turístico sustentable de Quintana Roo. *El Periplo Sustentable*, (33), 486-527, [13 de marzo de 2020].
- FAO (Organización de la Naciones Unidas para la Alimentación) (2020). Información de Seguridad Alimentaria para la Acción. Conceptos y marcos de Seguridad Alimentaria ¿Qué es la Seguridad Alimentaria? Disponible en <http://www.fao.org/elearning/course/FC/es/pdf/trainerresources/learnernotes0531.pdf>, [13 de abril de 2020].
- Fernández, J. L. & Bajo, A. (2012). La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación Research ESIC*, 6(6), 130-143, [15 de abril de 2020].
- Fuentes-Luque, A. (2009). El turismo rural en España: terminología y problemas de traducción. *Entreculturas: Revista de Traducción y Comunicación Intercultural*, (1), 469-486, [03 de febrero de 2020].
- GIZ (Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) (2016). Cooperación Alemana al Desarrollo Guía para la realización de eventos sustentables. Manual de soporte. Disponible en <http://www.giz.de/mexico>, [25 de enero de 2020].
- Gómez, B. D. & Martín D. C. (2015). La participación de los stakeholders en los destinos turísticos españoles: análisis de la situación actual. *Revista de Ciencias Sociales*, (65), 151-174, [25 de junio de 2020].
- Gómez-Merino, F. C., García-Albarado, J. C., Trejo-Téllez, L. I., Morales-Ramos, V., García-García, C. G., & Pérez-Sato, J. A. (2013). Paisaje y turismo rural en México: fortalezas y desafíos para su potenciación. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, (5), 1027-1042, [26 de febrero de 2020].
- Hernández, H. C., Tamayo, S. A. L., Castro, R. D. & Muñoz, M. I. (2016). Tendencias gastronómicas predominantes en la producción de revistas científicas de Iberoamérica. *CIENCIA ergo-sum*, 23(1), 76-84, [22 de enero de 2020].



- INACAP (Universidad Tecnológica de Chile, Instituto Profesional, Centro de formación técnica) (2016). Proyecto de Bien Público "Desarrollo Sustentable del Patrimonio Gastronómico de Chile". Disponible en <https://www.INACAP.cl>, [18 de enero de 2020].
- Intedya (2020). International Dynamics Advisors. Consultoría, formación y auditoría en materia de gestión de riesgos y cumplimiento normativo. Disponible en <https://www.intedya.com/internacional/49/consultoria-protocolo-global-gap.html>, [18 de marzo de 2020].
- Istituto Nazionale Ricerche Turistiche Ospitalità Italiana (2013). Ospitalità Italiana. Italia. Disponible en: <http://www.premiospitalita.it/>, [21 de junio de 2020].
- Knott, G. M. (2016). El turismo gastronómico en España: análisis web por provincias. Universidad de Girona. Facultad de Turismo. Disponible en https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/13786/KnottGilMartinFelix_Treball.pdf?sequence=1, [21 de marzo de 2020].
- Leal L., M. P. (2011). Las "Tiendas Granja" como escenarios de promoción de la gastronomía local y sus posibilidades asociadas al turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(4), 908-928. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3739526>, [18 de enero de 2020].
- López, O. A., Pérez, C. C., Guzmán, H. C. & Hernández, L. R. (2017). Caracterización de las principales tendencias de la gastronomía mexicana en el marco de nuevos escenarios sociales. Repositorio de la Universidad de Quintana Roo. Disponible en <http://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2906776>, [16 de marzo de 2020].
- López, M. H. (2007). El asunto de las políticas públicas. *Revista Gestión y Región*, (3), 105-122.
- MSC (2020) Marine Stewardship Council Una fuente sostenible certificada. Disponible en <https://www.msc.org/es>, [17 de enero de 2020].
- Matta, R. (2014). República gastronómica y país de cocineros: comida, política, medios y una nueva idea de nación para el Perú. *Revista Colombiana de Antropología*, 50(2), 15-40, [13 de febrero de 2020].



- Merino-Trujillo, A. (2011). Cómo escribir documentos científicos. *Salud en Tabasco*, 17(1-2), 36-40. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/487/48721182006.pdf>, [15 de abril de 2020].
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (2010). Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible. Colombia. Disponible en <http://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/politica_nacional_de_produccion_y_consumo_sostenibles.pdf, [15 de marzo de 2020].
- Mikery G. M., Joselyn, M. & Pérez-Vázquez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 79, 1729-1740, [24 de enero de 2020].
- Morales, S. & Coppin, L. (2015). ¿La cocina como agente de cambio social? Perú y su Boom Gastronómico. Congreso en Investigación Turística Aplicada, Toluca, México. Disponible en http://www.academia.edu/download/38168737/SM_LC_CITA-_Mex-Jul2015.pdf, [11 de enero de 2020].
- Navarro Jurado, E., G. Ortega P. y E. Torres B. (2020). Propuestas de reflexión desde el turismo frente al COVID-19 Incertidumbre, impacto y recuperación. Málaga. Universidad de Málaga, Instituto Universitario de Investigación de Inteligencia e Innovación Turística. Disponible en <https://www.uma.es/sala-de-prensa/noticias/investigadores-de-la-uma-analizan-las-incognitas-del-sector-turistico-tras-la-pandemia-del-COVID-19/>, [05 de abril de 2021].
- Oliveira, S. (2007). La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada-Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(3), 261-280, [05 de febrero de 2020].
- OMS-OPS (Organización Mundial de la Salud - Organización Panamericana de la Salud) (2020). El sistema HACCP: Los siete principios. Disponible en https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10913:2015-sistema-haccp-siete-principios&Itemid=41452&lang=es, [03 de abril de 2020].



- ONU (Organización de la Naciones Unidas) (2020). Día de la Gastronomía Sostenible. Disponible en <https://www.un.org/es/observances/sustainable-gastronomy-day>, [18 de junio de 2020].
- ONU (Organización de la Naciones Unidas) (2017). Resolución aprobada por la Asamblea General el 21 de diciembre de 2016 [sobre la base del informe de la Segunda Comisión (A/71/469)] 71/246. Día de la Gastronomía Sostenible. Disponible en <https://undocs.org/es/a/res/71/246>, [15 de enero de 2020].
- Piñar Á., M. A. (2012a). Turismo y medio ambiente: interacción, análisis y perspectivas en el Estado de Veracruz. En Vela-Martínez, R. & González-Rebolledo, I. (coords.), *Propuesta para el desarrollo estratégico de Veracruz 2010-2020*. (247-304). Xalapa, México: Secretaría de Educación de Veracruz.
- Piñar A., M. A. (2012b). *Gobernanza ambiental en destinos turísticos de áreas naturales protegidas: Reservas de la Biosfera de los Tuxtlas (Veracruz, México) y Sierra Nevada – Alpujarra (Andalucía, España)*. México: Ed. Arana/El Colegio de Veracruz.
- Piñar A., M. A. y Rendón F., G. (2019). Turismo para el Desarrollo Sustentable en Áreas Naturales Protegidas. El caso de Filobobos y su entorno, Veracruz, México. Mauritius. Editorial Académica Española.
- Piñar Álvarez, M. A. & Silva-Zamora, A.P. (2021). Turismo y perspectivas de la gastronomía en tiempos de COVID-19. En Celis-Pérez, M.A y Mijares-Sánchez, M.R. (coords.), *El SARS-COV-2 y su impacto, político, social y ambiental. Reflexiones panorámicas* (88-100). Xalapa, México: El Colegio de Veracruz y Universidad Veracruzana. Disponible en <https://colver.com.mx/Publicaciones/Libro-SARS-CoV19.pdf>, [02 de abril de 2021].
- Ramírez H. J. J. & Tena L. E. (2016). El campo mexicano en la actualidad: La milpa desde la gastronomía sustentable. En Universidad Agraria del Ecuador. La quinta ola de la humanidad “La protección del medio ambiente” Propuesta de proyectos ambientales. Disponible en <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/65066>, [03 de marzo de 2020].



- RAE (Real Academia Española) (2020). El concepto de gastronomía. Asociación de Academias de la Lengua Española, Madrid. Disponible en <https://dle.rae.es/contenido/actualizaci%C3%B3n-2019>, [03 de enero de 2020].
- Rodríguez, G. J., Guzmán, T. L., Ruiz, S. M. C. & García, M. J. (2010). Turismo del vino en el marco de Jerez. Un análisis desde la perspectiva de la oferta. *Cuadernos de Turismo*, (26), 217-234, [04 de marzo de 2020].
- Sabores de Chile (2019). Desarrollo sustentable del patrimonio gastronómico de Chile. Disponible en <http://saboresdechile.cl/>, [04 de marzo de 2020].
- Saborea España (2018). Saborea España: sobre nosotros. Disponible en <http://tastingspain.es/sobre-nosotros/>, [5 de enero de 2020].
- SAGARPA (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural) (2019). Día Nacional de la Gastronomía Mexicana: identidad pura. Disponible en <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/dia-nacional-de-la-gastronomia-mexicana-identidad-pura?idiom=es>, [03 de abril de 2020].
- San Martín Reboloso, F. & Salcedo, M. P. (2007). Turismo, sustentabilidad y certificación: un reto global. *Revista del Centro de Investigación*, 7(27), 77-91, [08 de enero de 2020].
- SECTUR (Secretaría de Turismo) (2015). Programa de Calidad Distintivo S. Disponible en <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-de-calidad-distintivo-s>, [04 de febrero de 2020].
- SECTUR (Secretaría de Turismo) (2016). Turismo, uno de los caminos para lograr más desarrollo social en México: SECTUR. Disponible en <https://www.gob.mx/sectur/prensa/turismo-uno-de-los-caminos-para-lograr-mas-desarrollo-social-en-mexico-sectur?idiom=es>, [03 de marzo de 2020].
- SECTUR (Secretaría de Turismo) (2018). Distintivo Ven a Comer. Política de Fomento de la Gastronomía Mexicana. México: SECTUR. Disponible en <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/distintivo-ven-a-comer>, [08 de mayo de 2021].



- SECTUR (Secretaría de Turismo) (2019). Las 18 rutas gastronómicas de México. Disponible en <https://updatemexico.com/destacadas/las-18-rutas-gastronomicas-de-mexico/>, [14 de enero de 2020].
- SECTUR (Secretaría de Turismo) (2020). Distintivo Moderniza. Disponible en <http://www.calidad.sectur.gob.mx/moderniza/que-es-moderniza/>, [02 de febrero de 2020].
- Serna, M. L. L., Sánchez, I. M. Á. & Heredia, M. I. G. (2015). Programa pueblo mágico sustentable: Detonante del desarrollo económico en el municipio de Coscomatepec de Bravo Veracruz, México Nómadas. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 19(3), 1-19, [03 de marzo de 2020].
- Serrato, G. M. A., Carbajal, V. M. R., Salgado, R. T. M. & Rebolledo, J. Á. D. (2011). La cultura gastronómica p'urhépecha como un gran activo turístico en Michoacán. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(4), 681-689, [03 de abril de 2020].
- Schlüter, R., Thiel, D., Carrizo, J. Carri, M., Navarro, F. & Sánchez, B. (2008). *La gastronomía como atractivo turístico y factor de desarrollo. El caso de Tomás Jofré. Serie estudios sobre turismo*. Buenos Aires: Universidad Nacional de San Martín.
- Slow Food (2020). Slow Food: sobre nosotros. Disponible en <https://www.slowfood.com/es/>, [04 de febrero de 2020].
- SRA (Sustainable Restaurant Association) (2020). Awards 2019. Disponible en <https://awards.thesra.org/>, [04 de febrero de 2020].
- Rayner, M. & Scarborough, P. (2019). Sustainable Development Commission. Setting the Table. Advice to Government on priority elements of sustainable diets. British Heart Foundation Health Promotion Research Group, Oxford University. Oxford. Disponible en http://www.sd-commission.org.uk/data/files/publications/Setting_the_Table.pdf, [04 de abril de 2020].



- The Federal Government (2016). Estrategia alemana para el desarrollo sostenible. Disponible en www.deutsche-nachhaltigkeitsstrategie.de, [03 de marzo de 2020].
- Téllez, J. A. E. & Ramírez, A. M. (2018). La gastronomía de Ixtenco, ¿atractivo turístico? *Regiones y Desarrollo Sustentable*, 17(33), 83-96. Disponible en , [03 de abril de 2020].
- UNESCO & FAO (2019). Chefs as agent of change. Disponible en: <http://chefsofchange.org>, [15 de marzo de 2020].
- Valderrama, M. (2011). Lineamientos para un Programa de Desarrollo de la Gastronomía Peruana. Perú: Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. Disponible en https://www.ceplan.gob.pe/documentos_/documento-de-trabajo-5-lineamientos-para-un-programa-de-desarrollo-de-la-gastronomia-peruana/, [03 de abril de 2020].
- Van Bommel, K. & Spicer, A. (2011). Hail the snail: Hegemonic struggles in the slow food movement. *Organization Studies*, 32(12), 1717-1744, [25 de enero de 2020].
- Verdes C., Y. (2014). Las etiquetas ambientales: régimen jurídico del etiquetado ecológico. España: Universidad de Coruña. Disponible en <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/13975>, [04 de febrero de 2021].
- Wojtarowski, L., A., Piñar Á., M.A., Silva R., E. & Negrete R. J.A. (2016). Responsabilidad Social Empresarial como pieza clave en la transición hacia el desarrollo sustentable en el sector turístico. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 127-139, [08 de enero de 2020].