

El turismo gastronómico como estrategia para el desarrollo sostenible

Gastronomic tourism as a strategy for sustainable development

Narcisa Brusela Vásquez Farfán*

Universidad Estatal Península de Santa Elena.
La Libertad-Ecuador.
nvasquez@upse.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-7065-4216>

Esther del Carmen Mullo Romero

Universidad Estatal Península de Santa Elena.
La Libertad-Ecuador.
emullo@upse.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0002-4013-261X>

María Cristina Cajo Riofrio

Universidad Nacional de Chimborazo.
Riobamba-Ecuador.
maria.cajo@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0001-2001-5424>

*Correspondencia: nvasquez@upse.edu.ec

Cómo citar este artículo:

Vásquez, N., Mullo, E., & Cajo, M. (2025). El turismo gastronómico como estrategia para el desarrollo sostenible. *Esprint Investigación*, 4(1), 196-208.
<https://doi.org/10.61347/ei.v4i1.105>

Recibido: 15 de enero de 2025

Aceptado: 13 de febrero de 2025

Publicado: 19 de febrero de 2025

Resumen: El turismo gastronómico enfrenta múltiples desafíos para consolidarse como una estrategia efectiva de desarrollo sostenible, a pesar de su potencial para generar beneficios, debido a la ausencia de políticas públicas integradoras y a la insuficiente participación de las comunidades locales. La presente investigación propone al turismo gastronómico como una estrategia clave para promover el desarrollo sostenible en destinos turísticos. Se adoptó un enfoque cualitativo y descriptivo, complementado por un método de análisis documental basado en la revisión y síntesis de fuentes bibliográficas relevantes sobre el tema. Entre los resultados más relevantes se destaca que las prácticas sostenibles en el turismo gastronómico buscan un equilibrio entre la satisfacción de los turistas, la protección ambiental, el desarrollo económico local y la preservación del patrimonio cultural. El turismo gastronómico ofrece oportunidades como la creación de rutas gastronómicas y la innovación culinaria, y enfrenta desafíos como la sostenibilidad ambiental y social, la competencia en un mercado global y la adaptación de infraestructura. Además, promocionando la identidad cultural y la gastronomía local y adoptando prácticas sostenibles, se impulsa el desarrollo sostenible del sector.

Palabras clave: Desarrollo sostenible, destinos turísticos, gastronomía, turismo gastronómico, turismo sostenible.

Abstract: Gastronomic tourism faces multiple challenges to consolidate itself as an effective strategy for sustainable development, despite its potential to generate benefits, due to the absence of inclusive public policies and insufficient participation of local communities. This research proposes gastronomic tourism as a key strategy to promote sustainable development in tourist destinations. A qualitative and descriptive approach was adopted, complemented by a documentary analysis method based on the review and synthesis of relevant bibliographic sources on the subject. Among the most relevant results, it is highlighted that sustainable practices in gastronomic tourism seek a balance between tourist satisfaction, environmental protection, local economic development and the preservation of cultural heritage. Gastronomic tourism offers opportunities such as the creation of gastronomic routes and culinary innovation, and faces challenges such as environmental and social sustainability, competition in a global market and infrastructure adaptation. Furthermore, by promoting cultural identity and local gastronomy and adopting sustainable practices, the sustainable development of the sector is boosted.

Keywords: Gastronomy, gastronomic tourism, sustainable tourism, sustainable development, tourist destinations.

Copyright: Derechos de autor 2025 Narcisa Brusela Vásquez Farfán, Esther del Carmen Mullo Romero, María Cristina Cajo Riofrio.



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

1. Introducción

El turismo gastronómico, aunque posee un gran potencial como estrategia para el desarrollo sostenible de destinos turísticos, enfrenta desafíos significativos que limitan su impacto transformador. Entre estos problemas destacan la falta de planificación integral que articule la gastronomía con políticas de desarrollo turístico sostenible, la insuficiente capacitación de actores locales y la débil colaboración entre sectores productivos, turísticos y gubernamentales (Campos-Quezada & Castillo-Ortiz, 2024).

Se define al turismo gastronómico como la actividad turística en la que las personas eligen un destino influenciadas por una motivación culinaria. Esto implica que los turistas realizan viajes a lugares diferentes de su residencia con el objetivo de conocer y probar la gastronomía local, así como participar en actividades relacionadas con ella. Esta definición se amplía al considerar que la gastronomía no solo es el arte de cocinar y comer, sino que está profundamente arraigada en la cultura de cada región (Hernández & Dancausa, 2018).

Además, según Herrera et al. (2024) el turismo gastronómico está profundamente vinculado con la identidad cultural de un lugar, donde los visitantes buscan experiencias auténticas que reflejen la historia y tradiciones de los destinos que visitan. Este tipo de turismo no solo promueve la valorización de productos locales, sino que contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades al fomentar el uso de ingredientes locales y técnicas culinarias tradicionales.

Gudynas y Carpio (2024) precisan al desarrollo sostenible como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias. Esta definición implica la existencia de límites, que no son absolutos, sino que están determinados por el estado actual de la tecnología, la organización social y la capacidad de la biósfera para absorber los efectos de las actividades humanas.

Adicionalmente, Pérez y Sánchez (2024) mencionan el fenómeno no resulta puramente económico, sino que implica un conjunto de relaciones jurídicas y educativas que permiten comprender su complejidad. Debe ser entendido en un marco más amplio, que incluye no solo aspectos económicos, sino también sociales y ambientales, y que está intrínsecamente relacionado con la educación y la participación comunitaria.

En este contexto el turismo sostenible es visto como un enfoque que busca armonizar la actividad turística con la conservación del medio ambiente, el respeto por la cultura autóctona y la valoración de todas las formas de vida. Se fundamenta en la ética de promover un desarrollo que no comprometa los recursos para las futuras generaciones, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Solis et al., 2024).

Por otra parte, los destinos turísticos son concebidos como un conjunto de elementos interrelacionados que incluyen infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos y productos turísticos. Estos elementos trabajan en conjunto para satisfacer las necesidades de uso del tiempo libre de los turistas (Lemoine et al., 2021).

Los destinos turísticos se entienden a través de dimensiones que impactan la calidad del servicio ofrecido: alojamiento, actividades, hospitalidad, limpieza e higiene, transporte, accesibilidad, seguridad, atracciones, nivel de precios, sentido de seguridad, idiomas, comodidades, restaurantes y bares, servicios auxiliares, patrimonio y cultura (Contreras, 2021).

Para Iñiguez-Sánchez et al. (2024) la gastronomía en Ecuador se presenta como un atractivo turístico que refleja la rica diversidad cultural y biológica del país. Este patrimonio culinario está profundamente arraigado en las tradiciones locales y en la identidad cultural de las comunidades. La

interacción entre la gastronomía y las jerarquías sociales en Ecuador revela cómo las prácticas alimentarias están informadas por factores de clase y demografía, lo que añade una capa de complejidad al estudio de la cultura culinaria.

La gastronomía ecuatoriana resulta la segunda atracción turística más importante del país, solo superada por la seguridad ciudadana. El turismo gastronómico se ha desarrollado significativamente, permitiendo a los visitantes conocer mejor la cultura ecuatoriana a través de sus especialidades culinarias. Este tipo de turismo se ve enriquecido por la diversidad cultural y geográfica, así como por la herencia indígena y europea que ha influido en la cocina local (Vega et al., 2018).

El turismo gastronómico ofrece múltiples beneficios para los destinos turísticos, donde se destaca el fortalecimiento de la identidad cultural local y el desarrollo económico de las comunidades. Promueve la creación de empleos y el impulso de negocios, al tiempo que valoriza productos típicos y apoya la agricultura local. Además, satisface la creciente demanda de experiencias culinarias auténticas, lo que enriquece la oferta cultural del destino. Este tipo de turismo también fomenta la sostenibilidad cultural y económica, integrando la gastronomía como parte del patrimonio local (Flores & Ramírez 2024).

El turismo gastronómico enfrenta desafíos significativos que afectan su sostenibilidad, como la necesidad de promover prácticas responsables en la gestión y promoción de destinos gastronómicos, con el fin de minimizar su impacto ambiental y cultural. Persisten barreras como la falta de incentivos económicos y la escasez de educación y capacitación sobre sostenibilidad, que dificultan la adopción de prácticas más responsables en la industria gastronómica (Cáceres, 2023).

Bravo y Chóez (2022) en su estudio realizado en Manabí demuestran que el turismo gastronómico puede convertirse en una estrategia efectiva para el desarrollo sostenible de destinos turísticos, ya que se basa en el patrimonio gastronómico ancestral. Los prestadores de servicios turísticos reconocen la importancia del turismo gastronómico en la generación de empleo y su aporte económico a la comunidad. Sin embargo, se identifican desafíos como la percepción marginal de la gastronomía ancestral y la necesidad de mejorar la infraestructura y la promoción de la gastronomía local.

En tanto, Morales y Fusté-Forné (2021), quienes ejecutan su investigación en España y México, apuestan por el turismo gastronómico como estrategia efectiva para el desarrollo sostenible de estos destinos turísticos. Se observa que existe un interés en implementar servicios que abarcan desde la producción hasta la formación académica, lo que indica una colaboración entre diferentes sectores para el desarrollo de la región. El turismo gastronómico sostenible debe basarse en la preservación del patrimonio cultural y natural, así como en la proyección sostenible de la economía del destino.

Además, el estudio realizado por Fernández (2023) en el Estado de Barinas destaca que el turismo gastronómico puede ser una estrategia efectiva para el desarrollo sostenible de destinos turísticos. Este tipo de turismo no solo promueve la cultura y la identidad local a través de la gastronomía, sino que contribuye a la economía de las comunidades al generar ingresos y empleo. El turismo gastronómico fomenta la conservación de las tradiciones culinarias y el uso sostenible de los recursos locales, lo que a su vez optimiza la calidad de vida de los habitantes y promueve un desarrollo rural integral.

Asimismo, Trujillo (2024) en su estudio realizado en Perú subraya que el marketing digital es una herramienta importante para el crecimiento del turismo gastronómico en Barranco, al permitir a los negocios locales adaptarse a las tendencias digitales y mantener una presencia activa en el mercado. La capacidad de personalizar la comunicación y medir el impacto de las estrategias de marketing digital permite a los empresarios ajustar sus campañas para maximizar la eficiencia y mejorar la experiencia del cliente.

Finalmente, Coloma et al. (2024) en su investigación efectuada en Cotopaxi proponen que el desarrollo de rutas turísticas podría incluir elementos de turismo gastronómico como parte de la oferta diversificada. El estudio sugiere que el turismo gastronómico podría entenderse como una estrategia valiosa para enriquecer la experiencia del visitante y contribuir al desarrollo sostenible de la región, al poner en valor la cultura local y los productos autóctonos.

La insuficiente integración de pequeños productores locales en las cadenas de valor del turismo gastronómico limita su capacidad para beneficiarse económicamente de esta actividad, mientras que la falta de promoción efectiva de productos autóctonos reduce su visibilidad y competitividad en el mercado turístico. Esta desconexión impide que el turismo gastronómico impulse la economía local de manera equitativa y sostenible, y afecte tanto a las comunidades como a la autenticidad de la oferta gastronómica.

El presente estudio analiza al turismo gastronómico como una estrategia clave para promover el desarrollo sostenible en destinos turísticos. Los objetivos específicos incluyen identificar prácticas sostenibles que preserven el patrimonio cultural y la identidad culinaria, determinar oportunidades y desafíos para diversificar la oferta turística y aumentar la competitividad, así como proponer estrategias que promuevan el turismo gastronómico en diferentes destinos turísticos.

2. Metodología

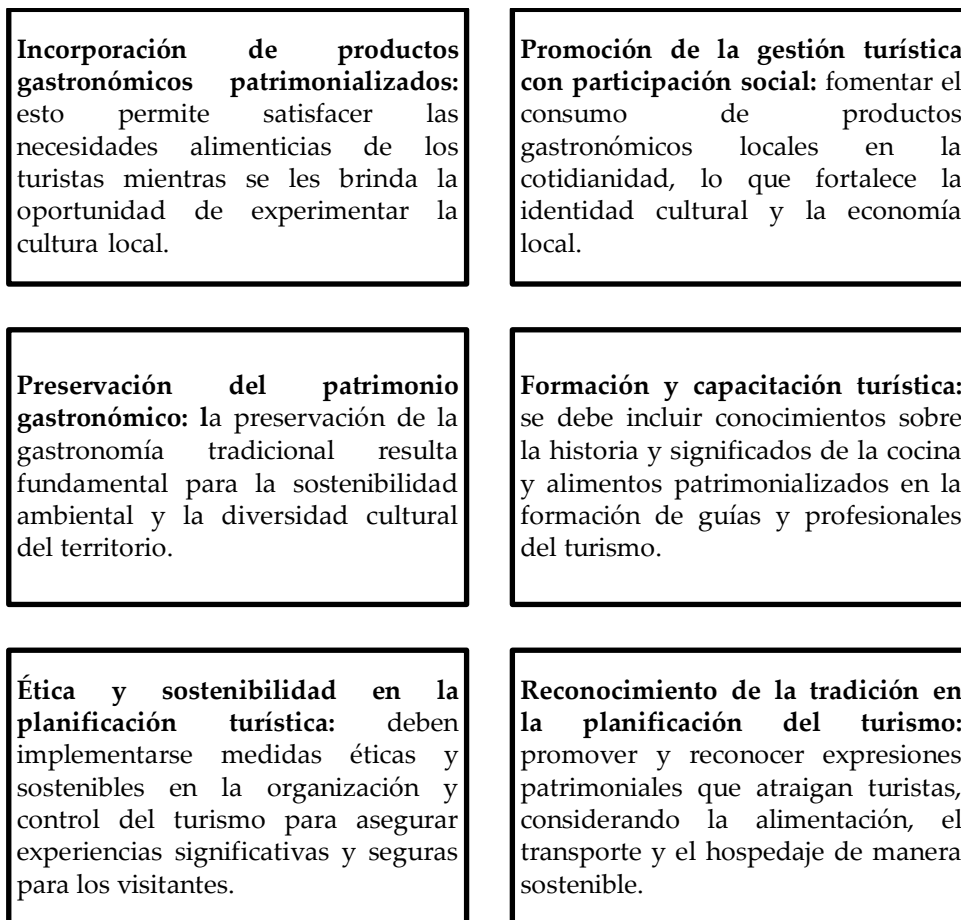
Se asumió un enfoque cualitativo que posibilitó obtener una comprensión profunda del turismo gastronómico como una estrategia clave para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos. Se trata de un estudio descriptivo que empleó un método de análisis documental, consistente en la revisión y síntesis de diversas fuentes bibliográficas, artículos científicos y documentos relevantes sobre el tema bajo estudio.

3. Resultados

Prácticas sostenibles asociadas al turismo gastronómico

La figura 1 muestra las prácticas sostenibles asociadas al turismo gastronómico. Según Pita et al. (2023) estas prácticas buscan no solo mejorar la experiencia turística, sino contribuir al desarrollo económico sostenible y a la preservación del medio ambiente y la cultura local.

Según Huertas et al. (2020), las prácticas sostenibles en el turismo gastronómico buscan equilibrar la satisfacción de los turistas con la conservación ambiental y el bienestar de las comunidades locales. Estas prácticas incluyen preservar el patrimonio sociocultural mediante el respeto a tradiciones e idiosincrasias locales; usar de manera responsable los recursos naturales para conservar la biodiversidad; generar beneficios económicos como empleos de calidad y reducción de la pobreza; fomentar la participación activa de los grupos de interés con liderazgo político sólido; y crear conciencia entre los turistas sobre la sostenibilidad, promoviendo modalidades respetuosas con el medio ambiente.

Figura 1*Prácticas sostenibles asociadas al turismo gastronómico*

Núñez et al. (2024) destacan que las prácticas sostenibles para fomentar el turismo incluyen la promoción de la agricultura sostenible mediante métodos respetuosos con la naturaleza y el disfrute de productos locales orgánicos; experiencias vivenciales que involucran actividades agrícolas, promoviendo el aprendizaje y el intercambio cultural; programas de educación ambiental para sensibilizar sobre sostenibilidad y generar ingresos reinvertidos en proyectos locales; y la conservación del patrimonio cultural y natural, financiada a través del turismo, lo que también impulsa la preservación de la gastronomía local.

Oportunidades y desafíos del turismo gastronómico

La figura 2 muestra varias oportunidades del turismo gastronómico según Mamatova & Nurfayziyeva (2024).

Cabral et al. (2024) destacan varias oportunidades para revitalizar el interés turístico en la región, como el desarrollo de rutas gastronómicas y ambientes inspirados en tabernas, que atraerían a turistas interesados en la cultura culinaria local, especialmente en zonas rurales. Además, el aprovechamiento del patrimonio cultural de las tabernas históricas podría integrarse en productos turísticos mediante la colaboración entre actores del sector. Invertir en investigación para crear narrativas auténticas sobre estos negocios enriquecería la experiencia turística, mientras que la percepción positiva asociada con la gastronomía y la cultura local se presenta como un factor clave para el desarrollo turístico.

Figura 2*Oportunidades del turismo gastronómico*

Desarrollo económico: el turismo gastronómico puede influir positivamente en la economía nacional, contribuyendo al crecimiento económico y a la creación de empleo.

Atractivo cultural: el turismo gastronómico permite a los visitantes conocer y experimentar la cultura local a través de su cocina. Esto incluye la degustación de platos tradicionales y la participación en ceremonias culinarias, lo que enriquece la experiencia del turista.

Promoción de la cocina nacional: la presentación de los platos nacionales en exposiciones internacionales y festivales posiciona a la cocina regional como una marca cultural, atrayendo así a más turistas interesados en la gastronomía.

Creación de espacios dedicados: la creación de calles gastronómicas proporciona un espacio dedicado para que los turistas y residentes disfruten de la diversidad culinaria, lo que puede aumentar la afluencia de visitantes.

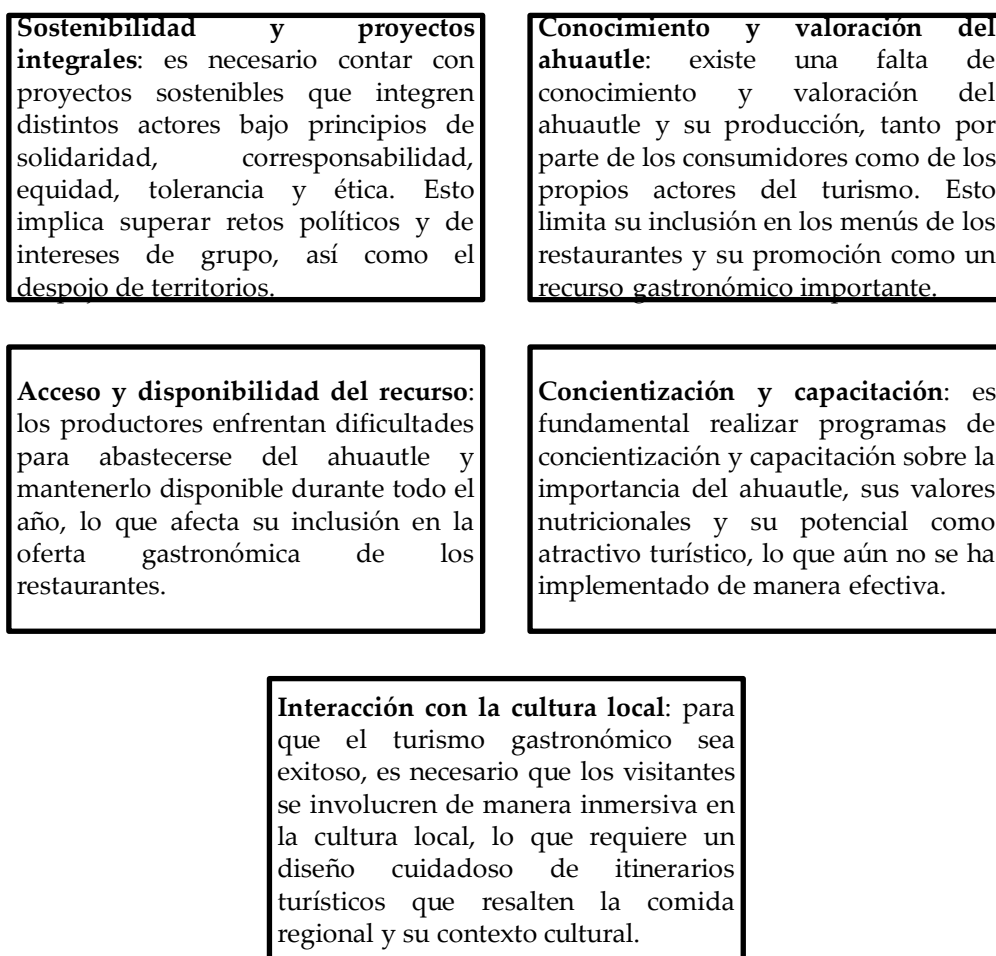
Eventos temáticos: la organización de eventos semanales y actividades culturales en estas áreas gastronómicas puede atraer tanto a turistas como a residentes, fomentando un ambiente vibrante y dinámico.

Diversificación de la oferta turística: el turismo gastronómico se presenta como una forma de diversificar la oferta turística, atrayendo a un segmento de turistas que busca experiencias culinarias únicas.

Además, Pedetti (2024) identifica varias oportunidades para el turismo gastronómico, como establecer alianzas con las universidades para asesorías, capacitaciones y prácticas educativas que mejoren la oferta gastronómica y atraigan más visitantes. También propone crear corredores temáticos que integren gastronomía, naturaleza e historia, diversificando la oferta turística, y fomentar el emprendimiento sostenible, especialmente en actividades vinculadas con la gastronomía local, impulsando la generación de negocios y empleos en el sector.

Kuhn (2024) destaca el potencial del turismo gastronómico al conectar comida, cultura y destino, permitiendo a los visitantes experimentar la herencia intangible de un lugar a través de su gastronomía. Además, subraya la importancia de desarrollar estrategias estructuradas para atraer turistas mediante experiencias culinarias auténticas, que se han convertido en un factor clave para captar visitantes. Este sector emergente posee un impacto significativo en la economía local, dado que una parte considerable del presupuesto turístico se destina a la alimentación. Asimismo, la innovación en la oferta gastronómica, como la creación de nuevos platos y la mejora de servicios, refuerza la competitividad de los destinos, beneficiando tanto a turistas como a las comunidades locales.

Por ejemplo, Villaseñor y Castillo (2023) exponen que los desafíos para el sector turístico gastronómico mexicano deben ser abordados de manera integral para potenciar el turismo gastronómico en la región y asegurar su sostenibilidad a largo plazo, en específico sobre el conocimiento y valoración del ahuate, conocido como el “caviar mexicano” (figura 3).

Figura 3*Desafíos del turismo gastronómico*

Por otra parte, Juliá (2014) identifica diversos desafíos para el turismo gastronómico, entre ellos: garantizar la sostenibilidad mediante prácticas respetuosas con el medio ambiente y las comunidades locales; destacar en un mercado global competitivo donde numerosos destinos promueven su gastronomía; desarrollar infraestructuras adecuadas para atender a los turistas interesados en experiencias culinarias; y formar y capacitar a los profesionales del sector para asegurar la entrega de servicios gastronómicos de alta calidad.

Mientras, Pedetti (2024) aborda temas de inseguridad y la percepción negativa en áreas con atractivos turísticos, lo que puede desalentar a los visitantes; la falta de continuidad en las políticas públicas y la desarticulación entre niveles de gobierno que obstaculizan el desarrollo de iniciativas; y la desigualdad social, que dificulta la colaboración entre diferentes grupos para impulsar actividades comunes que benefician al sector.

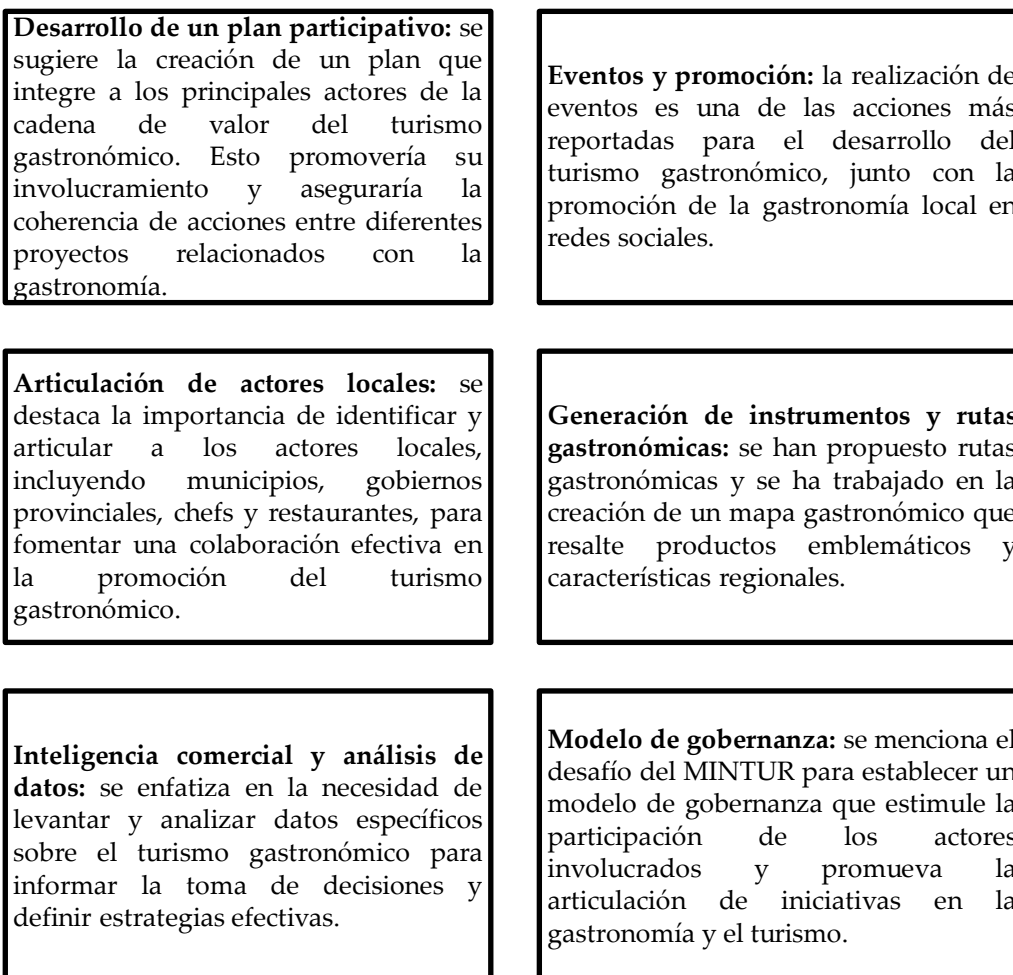
Cruz-Negrete (2022) identifica también cinco desafíos claves en el turismo gastronómico: la adaptación a la pandemia, que ha impulsado la innovación en estrategias de marketing y operaciones; la sostenibilidad, con la necesidad de implementar prácticas que benefician a las empresas, el medio ambiente y las comunidades locales; la competencia y diferenciación, donde destaca la importancia de ofrecer experiencias únicas en un mercado saturado; el cambio en el comportamiento del consumidor, con un creciente interés por experiencias auténticas y locales; y el impacto económico, que exige que el sector contribuya a la reactivación económica de las regiones afectadas.

Estrategias para incentivar el turismo gastronómico

La figura 4 muestra las estrategias para incentivar el turismo gastronómico según Torres (2022), que buscan no solo promover el turismo gastronómico, sino asegurar su sostenibilidad y efectividad a largo plazo.

Figura 4

Estrategias para incentivar el turismo gastronómico



Striedinger (2022) resalta estrategias esenciales para potenciar los negocios mediante herramientas digitales y técnicas de mercadeo innovadoras. Propone el uso de páginas web y redes sociales con contenido actualizado, así como plataformas como Rappi y Uber Eats para ampliar el alcance. Destaca el marketing directo con buzoneo, telemarketing, mensajes de texto y cupones de descuento para captar clientes, junto con la mejora de canales de venta en locales físicos mediante estrategias publicitarias que generen grabación de marca. Además, enfatiza en la segmentación y geolocalización para diseñar campañas adaptadas a las necesidades de los consumidores, optimizando la interacción en redes sociales.

Por su parte, Sánchez y Zaldumbide (2024) recomiendan aprovechar las redes sociales mediante contenido atractivo que resalte platos típicos y experiencias culinarias únicas, así como ofrecer servicios personalizados adaptados a las preferencias de los turistas. También sugieren el desarrollo de aplicaciones móviles que faciliten la búsqueda de opciones gastronómicas y la planificación de experiencias locales, junto con la innovación en estrategias promocionales que amplíen el alcance más allá de los atractivos tradicionales para captar un público diverso.

Díaz-Pompa et al. (2024) también proponen potenciar el turismo mediante la diversificación de la oferta con actividades como degustaciones, artesanías y festivales gastronómicos; implementar marketing digital y participar en ferias turísticas para aumentar la visibilidad; establecer alianzas con hoteles, restaurantes y agencias de viajes para crear paquetes atractivos; adoptar prácticas sostenibles en la producción de platos típicos y mejorar la capacitación del personal involucrado.

Además, Ballesteros (2020) destaca la importancia de rescatar los ingredientes patrimoniales a través del turismo gastronómico. En primer lugar, resalta la planeación y creación de proyectos que integran turismo y gastronomía, liderados por jóvenes estudiantes, profesionales del turismo, cocineros, investigadores y comunidades locales. Estos proyectos contribuyen a la preservación del patrimonio inmaterial de la cocina tradicional y ofrecen experiencia. Además, propone desarrollar actividades de indagación orientadas a investigar el origen, la identificación y el uso de los ingredientes que forman parte del patrimonio cultural.

4. Discusión

Las prácticas sostenibles asociadas al turismo gastronómico representan un enfoque integral que busca equilibrar la satisfacción de los turistas con la protección ambiental, el desarrollo económico sostenible y la preservación del patrimonio cultural. Se coincide con Huertas et al. (2020), para quienes las prácticas sostenibles en el turismo gastronómico equilibran la satisfacción de los turistas con la conservación ambiental y el bienestar de las comunidades locales.

Estas prácticas incluyen la promoción de la agricultura sostenible, el respeto por las tradiciones locales, el uso responsable de los recursos naturales y la generación de beneficios económicos que favorecen a las comunidades locales mediante empleos de calidad y la reducción de la pobreza. Se concuerda, además, con el estudio de Pita et al. (2023), para los que la promoción de la gestión turística con participación social fomenta el consumo de productos gastronómicos locales.

La revisión ejecutada subraya, además, la importancia de la educación ambiental y la sensibilización de la pobreza, resultado concomitante con los Núñez et al. (2024), quienes proponen programas de educación ambiental para sensibilizar sobre sostenibilidad y generar ingresos reinvertidos en proyectos locales.

El turismo gastronómico presenta oportunidades como la creación de rutas gastronómicas, la integración de la gastronomía con la cultura y la historia local, y la innovación en la oferta culinaria, lo que puede generar empleo, fortalecer la economía local y enriquecer la experiencia de los turistas. Esta idea es resaltada por Cabral et al. (2024), quienes recalcan varias oportunidades para revitalizar el interés turístico en la región, como el desarrollo de rutas gastronómicas.

De igual forma, se concuerda con el estudio de Pedetti (2024), quien también propone crear corredores temáticos que integren gastronomía, naturaleza e historia, diversifiquen la oferta turística y fomenten el emprendimiento sostenible, especialmente en actividades vinculadas con la gastronomía local. Sin embargo, enfrenta desafíos importantes, como garantizar la sostenibilidad ambiental y social, competir en un mercado global saturado, adaptar la infraestructura y servicios a las demandas del sector, y superar problemas de inseguridad y desigualdad social.

Juliá (2014) también identifica diversos desafíos para el turismo gastronómico, entre ellos: garantizar la sostenibilidad mediante prácticas respetuosas con el medio ambiente y las comunidades locales. Así también, Cruz-Negrete (2022) resalta la adaptación a la pandemia, que ha impulsado la innovación en estrategias de marketing y operaciones; la sostenibilidad, con la necesidad de implementar prácticas que beneficien a las empresas, el medio ambiente y las comunidades locales.

Las estrategias para incentivar el turismo gastronómico deben integrar herramientas digitales, la promoción de la identidad cultural y la gastronomía local, así como prácticas sostenibles. Sánchez y Zaldumbide (2024) recomiendan aprovechar las redes sociales mediante contenido atractivo que resalte platos típicos y experiencias culinarias únicas, así como ofrecer servicios personalizados.

Para Díaz-Pompa et al. (2024) diversificar la oferta turística con actividades como degustaciones, artesanías y festivales gastronómicos; implementar marketing digital y participar en ferias turísticas para aumentar la visibilidad; establecer alianzas con hoteles, restaurantes y agencias de viajes para crear paquetes atractivos son estrategias que promueven el turismo gastronómico.

5. Conclusiones

Las prácticas sostenibles asociadas al turismo gastronómico representan un enfoque integral que busca equilibrar la satisfacción de los turistas con la protección ambiental, el desarrollo económico sostenible y la preservación del patrimonio cultural. Estas prácticas incluyen la promoción de la agricultura sostenible, el respeto por las tradiciones locales, el uso responsable de los recursos naturales y la generación de beneficios económicos que favorecen a las comunidades locales mediante empleos de calidad y la reducción de la pobreza. Además, destacan la importancia de la educación ambiental y la sensibilización de los turistas hacia un consumo responsable, así como la conservación del patrimonio cultural y natural como un eje central para garantizar la sostenibilidad a largo plazo. Este enfoque no solo enriquece la experiencia turística, sino que impulsa el intercambio cultural y refuerza la identidad local.

El turismo gastronómico presenta oportunidades como la creación de rutas gastronómicas, la integración de la gastronomía con la cultura y la historia local, y la innovación en la oferta culinaria, lo que puede generar empleo, fortalecer la economía local y enriquecer la experiencia de los turistas. Sin embargo, enfrenta desafíos como garantizar la sostenibilidad ambiental y social, competir en un mercado global saturado, adaptar la infraestructura y servicios a las demandas del sector, y superar problemas de inseguridad y desigualdad social. Abordar estos desafíos de manera integral y aprovechar las oportunidades de manera estratégica permitirá al turismo gastronómico impulsar el desarrollo sostenible y beneficiar a las comunidades locales.

Las estrategias para incentivar el turismo gastronómico deben integrar herramientas digitales, la promoción de la identidad cultural y la gastronomía local, así como prácticas sostenibles. Utilizar redes sociales, aplicaciones móviles y plataformas de entrega digital, junto con estrategias de marketing directo y segmentación, amplía el alcance y atrae a un público diverso. Además, es clave promover experiencias únicas como festivales gastronómicos, degustaciones y la creación de paquetes turísticos atractivos. La colaboración entre actores del sector y la capacitación del personal son esenciales para ofrecer una experiencia de calidad, mientras que la preservación del patrimonio culinario y la investigación de ingredientes tradicionales aseguran la sostenibilidad.

Referencias

- Ballesteros, M. B. (2020). El rescate de los ingredientes patrimoniales colombianos por medio del turismo gastronómico. *Sosquua*, 2(2), 23-32. <https://doi.org/10.52948/sosquua.v2i2.145>
- Bravo, O., & Chóez, M. (2022). Estrategias de gestión para el turismo gastronómico en el área urbana del cantón Jipijapa-Manabí. *Carácter*, 9(1), 1-13. <https://n9.cl/wbha3>
- Cabral, Ó., Correira, J., Ramos, E. & Moreira, R. (2024). Tabernas en la región de la Serra da Estrela: ¿una oportunidad para el turismo gastronómico y el turismo rural? *Revista Turismo & Desarrollo*, 45, 131-147. <https://doi.org/10.34624/rtd.v45i0.33046>
- Cáceres, M. (2023). Sostenibilidad en la gastronomía. Prácticas y desafíos. *Revista Científica Kosmos*, 2(2), 52-62. <https://doi.org/10.62943/rck.v2n2.2023.49>
- Campos-Quezada, A., & Castillo-Ortiz, I. (2024). La sostenibilidad en los estudios del turismo gastronómico. Una revisión sistemática de literatura. *Pasos*, 22(3), 595-614. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.039>
- Coloma, J., Tapia, F., Villa, S., & Toapanta, J. (2024). Turismo como motor de desarrollo sostenible en Cotopaxi: Estudio de preferencias de la demanda y propuesta de ruta "Entre Cascadas y Cerros". *Res Non Verba*, 14(2), 56-71. <https://doi.org/10.21855/resnonverba.v14i2.927>
- Contreras, E. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35-48. <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>
- Cruz-Negrete, J. (2022). Nuevos retos y tendencias en el turismo con enfoque empresarial. *Clío América*, 16(32), 1-4. <http://dx.doi.org/10.21676/23897848.4983>
- Díaz-Pompa, F., Andrade-Pacheco, D., Hernández-Carreón, N., Garzón F., & Mejía, J. (2024). Potenciando la ruta turística del Mezcal en Tehuacán: Un análisis Dafo y estrategias para el éxito. *Compendium*, 11(3), 255-274. <https://doi.org/10.46677/compendium.v11i3.1287>
- Fernández, A. (2023). Modelo de desarrollo sustentable para la promoción turística agroecológica del Estado Barinas. *Revista Crítica Con Ciencia*, 1(1), 32-45. <https://doi.org/10.62871/revistacriticaconciencia.v1i1.127>
- Flores, J., & Ramírez, H. (2024). Sabores de Lima: impacto del turismo gastronómico en la identidad cultural y el desarrollo económico local. *Business Innova Sciences*, 5(3), 171-182. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13845251>
- Gudynas, E., & Carpio, P. (2024). Desarrollo sostenible. *Debates en Sociología*, (59), 19-42. <https://doi.org/10.18800/debatesensociologia.202402.001>
- Hernández, R., & Dancausa, M. (2018). Turismo gastronómico: la gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(2), 413-430. <https://n9.cl/4qnse>
- Herrera, C., Villalva, M., Villalva, S., & Romero, E. (2024). Turismo gastronómico en Riobamba, Ecuador: un análisis del perfil del visitante. *Polo del Conocimiento*, 9(8), 747-773. <https://n9.cl/cne9i>
- Huertas, T., Pilco, E., 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. <https://n9.cl/7wi0i>
- Iñiguez-Sánchez, M., Farfán-Pacheco, K., & Espinoza-Figueroa, F. (2024). El panorama de la investigación gastronómica en Ecuador: una revisión sistemática de la literatura. *Revista de Gastronomía y Cocina*, 3(2), 1-22. <https://doi.org/10.70221/rgc.v3i2.65>

- Juliá, J. (2014) Un sector agroalimentario estratégico y con importantes retos. *Journal of International Development*, 23(5), 613-628. <https://n9.cl/yja0d>
- Kuhn, V., dos Anjos, S., & Krause, R. (2024). Innovation and creativity in gastronomic tourism: A bibliometric analysis. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100813. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100813>
- Lemoine, F., Hernández, N., Castellanos, G., & Zamora, Y. (2021). Comportamiento del consumidor de destinos turísticos de Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1336-1351. <https://n9.cl/xgde5>
- Mamatova, J., & Nurfayziyeva, M. (2024). Opportunities for the Development of Gastronomic Tourism in Uzbekistan: (in the Case of Samarkand Region). *Miasto Przyszłości*, 53, 764-766. <https://n9.cl/krc19>
- Morales, M., & Fusté-Forné, F. (2021). Turismo gastronómico sostenible para la preservación del patrimonio culinario: las rutas del vino en Girona (Catalunya, España) y Querétaro (México). *Turismo y Patrimonio*, (17), 45-60. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.03>
- Núñez, E., Guerra, E. E., & Vázquez, Y. (2024). Contribución de las antiguas técnicas agrícolas precolombinas al desarrollo del turismo rural sostenible. *Revista Iberoamericana Ambiente & Sustentabilidad*, 7, 1-16. <https://n9.cl/fsiuz>
- Pedetti, M. (2024). Turismo sostenible en el Partido de Quilmes: problemas y oportunidades. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 21(2), 47-69. <https://n9.cl/4psk0e>
- Pérez, A., & Sánchez, V. (2024). Derecho Educativo y desarrollo sostenible: un análisis de su relación y líneas de desarrollo futuro. *Academia & Derecho*, 17(28), 1-33. <https://n9.cl/qi2z0>
- Pita, A., Santos, V., & Choez, M. (2023). Percepción ciudadana sobre el patrimonio cultural gastronómico en la gestión turística en Jipijapa. *Turismo y Patrimonio*, (20), 31-46. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2023.n20.02>
- Sánchez, J. S., & Zaldumbide D. Z. (2024). Estrategias digitales para la personalización de experiencias de viaje en la provincia Manabí. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(3), 696-715. <https://n9.cl/5xk8wg>
- Solis, J., Neira, M., González, C., & Mantilla, X. (2024). Factores que inciden en el turismo sostenible de Cojitambo-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, (30), 345-360. <https://n9.cl/t7oits>
- Striedinger, M. (2022). Estrategias de mercadotecnia y marketing mix más usadas durante la pandemia para impulsar el turismo gastronómico en Bogotá. *Clío América*, 16(32), 822-832. <https://n9.cl/vmtui4>
- Torres, L. (2022). Situation of public management of gastronomic tourism in Ecuador: Progress to 2020 and pending areas of attention for its development. *Tourism and Heritage Journal*, 3, 101-118. <https://doi.org/10.1344/THJ.2021.3.7>
- Trujillo, J. (2024). Estrategias de comunicación digital y su rol en el turismo gastronómico de Barranco. *Diálogos Abiertos*, 3(2), 87-100. <https://doi.org/10.32654/DialogosAbiertos.3-2.6>
- Vega, V., Freire, D., Gaunanga, N., Garlobo, E., Alarcón, M., & Aguilera, P. (2018). Gastronomía ecuatoriana y turismo local. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 6(1). <https://n9.cl/yuo7z>
- Villaseñor, E., & Castillo, M. (2023). El ahuate en Atenco: retos y posibilidades en la recuperación de un recurso endémico para el turismo gastronómico. *Revista Agroalimentaria*, 28(55), 53-68. <https://n9.cl/jltb>

Transparencia

Conflicto de interés

Los autores declaran que no existen conflictos de interés de naturaleza alguna.

Fuente de financiamiento

Los autores financiaron completamente la investigación.

Contribución de autoría

Narcisa Brusela Vásquez Farfán: Conceptualización, metodología, software, validación, análisis formal, investigación, gestión de datos, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, administración del proyecto, recursos, supervisión.

Esther del Carmen Mullo Romero: Conceptualización, software, validación, análisis formal, investigación, gestión de datos, visualización, redacción - revisión y edición, financiamiento, recursos.

María Cristina Cajo Riofrio: Conceptualización, metodología, software, validación, análisis formal, investigación, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, recursos.

Los autores contribuyeron activamente en el análisis de los resultados, revisión y aprobación del manuscrito final.