

Turismo gastronómico: una revisión sistemática de literatura científica en los años 2020–2024

Gastronomic tourism: A systematic review of scientific literature for the years 2020–2024

  Martínez Quevedo, Ana Patricia¹

  Pachérrez Benites, Sandra Paola¹

¹ Universidad Nacional de Frontera, Sullana, Piura, Perú

*Correspondencia:

Martínez Quevedo, Ana Patricia

Fecha de recepción : 11/12/2025
Fecha de Revisión : 15/03/2026
Fecha de aceptación : 25/05/2026
Fecha de publicación : 16/06/2026

Como citar: Martínez Quevedo, Ana Patricia, Pachérrez Benites, Sandra. Turismo gastronómico: Una revisión sistemática de literatura científica en los años 2020–2024. *Revista de Investigación Científica de la UNF-Aypate*, 5(2), 53–72. <https://doi.org/10.57063/ricay.v5i2.206>

RESUMEN

El presente artículo desarrolla una revisión sistemática de la literatura científica sobre el turismo gastronómico publicada entre los años 2020–2024, con el propósito de analizar sus principales enfoques, dimensiones y aportes en el desarrollo turístico y cultural de los destinos. Mediante la adaptación de la metodología PRISMA, se recopilaron 1,254 publicaciones provenientes de Scopus, Scielo, Redalyc y Latindex; tras aplicar los criterios de inclusión, exclusión y elegibilidad, se seleccionaron 18 artículos para el análisis final. Los resultados evidencian que el turismo gastronómico se ha consolidado como una tipología relevante para la comprensión del vínculo entre gastronomía, identidad cultural y desarrollo territorial. La mayoría de estudios destacan que la gastronomía funciona como un recurso simbólico que preserva conocimientos ancestrales, fortalece el sentido de pertenencia y motiva la elección de destinos, convirtiéndose en un componente estratégico del turismo contemporáneo. Asimismo, se identifican dimensiones fundamentales como la autenticidad, la oferta gastronómica, la sostenibilidad, la innovación y la calidad del servicio, las cuales influyen directamente en la experiencia y satisfacción del visitante. De igual modo, la evidencia señala que el turismo gastronómico contribuye al dinamismo económico mediante la diversificación de la oferta y la valorización de productos locales. No obstante, también se advierten desafíos relacionados con la pérdida de tradiciones culinarias, la baja homogeneidad en la demanda y la necesidad de fortalecer estrategias de promoción.

Palabras clave: turismo gastronómico, identidad cultural, sostenibilidad, experiencia del visitante, patrimonio culinario

ABSTRACT

This article presents a systematic review of scientific literature on gastronomic tourism published between 2020 and 2024, aiming to analyze its main approaches, dimensions, and contributions to the cultural and tourism development of destinations. Using the PRISMA methodology, a total of 1,254 publications were identified in Scopus, Scielo, Redalyc, and Latindex. After applying inclusion, exclusion, and eligibility criteria, 18 articles were selected for final analysis. The results show that gastronomic tourism has become an essential typology for understanding the relationship between gastronomy, cultural identity, and territorial development. Most studies highlight that gastronomy functions as a symbolic resource that preserves ancestral knowledge, strengthens local identity, and motivates destination choice, positioning it as a strategic component of contemporary tourism. Key dimensions identified include authenticity, gastronomic offerings, sustainability, innovation, and service quality, all of which directly influence visitor experience and satisfaction. Additionally, evidence indicates that gastronomic tourism contributes to economic dynamism by diversifying offerings and enhancing the value of local products. However, challenges persist, such as the loss of traditional culinary practices, heterogeneous demand, and the need for stronger promotional strategies.

Keywords: gastronomic tourism, cultural identity, sustainability, visitor experience, culinary heritage.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la gastronomía ha alcanzado un papel central dentro del turismo, consolidándose como un eje fundamental en la construcción de experiencias culturales. Más allá de cubrir una necesidad básica, los alimentos son de los canales más directos para acercarse a la identidad de un pueblo, ya que no solo permite observar una cultura desde la mirada del visitante, sino también establecer un diálogo simbólico y sensorial con la comunidad anfitriona. Como señalan Mallor et al. (2013), la gastronomía refleja cómo un territorio responde a sus necesidades, cómo se desarrolla y de qué manera evoluciona en términos sociales e históricos. Es así que la Organización Mundial del Turismo describe el turismo gastronómico,

como “una categoría de la acción turística que se distingue por lo que el visitante vive en su viaje en relación con la comida y bebidas típicas de la región”.

Por otro lado, el turismo es un elemento clave para el impulso de la economía, ya que representó en el 2023 al sector con el 3,9% del PBI, lo que resalta su importancia frente a otras actividades económicas tradicionales. Esta relevancia no solo se evidencia en la generación de divisas, sino también en su impacto en los puestos de trabajos: el turismo crea aproximadamente 1,4 millones de empleabilidad directos e indirectos, involucrando a una amplia gama de profesionales, desde guías turísticos hasta transportistas y cocineros. (Economía, 2025).

De este modo, Leal (2011) señala que el turismo gastronómico se presenta hoy como una de las formas más destacadas de la sociedad posterior a la industrialización, en la que observar, oler y probar se transforma en una actividad totalmente vivencial, impulsada por varias industrias (productores, procesadores, restauradores). Su objetivo principal es proporcionar al visitante una experiencia que pueda disfrutar a través de la comida o las bebidas.

Por esta razón, podemos afirmar que la gastronomía ha sido una parte integral del turismo, ya que su vínculo en actualidad demuestra un cambio considerable. Ha quedado claro el surgimiento de un gran interés por la comida, dado que la conexión entre turismo y gastronomía ha progresado hacia nuevas formas, creando un nuevo nicho turístico: el turismo gastronómico (OMT, 2025).

Por tanto, el turismo gastronómico se ha establecido como una opción interesante para conocer las culturas y costumbres de diferentes regiones. Desde este punto de vista, se considera un elemento esencial para la sostenibilidad, ya que promueve la herencia culinaria, estimula el crecimiento de comunidades locales y ayuda a mejorar la situación de las poblaciones. Por lo tanto, no solo facilita el aprendizaje sobre la cocina regional, sino que también impacta directamente en la competencia entre destinos, la generación de valor y la singularidad de la oferta turística. Estas características lo transforman en un

pilar fundamental del desarrollo económico actual.

En este marco, resulta pertinente examinar cómo la literatura científica reciente ha abordado el turismo gastronómico a fin de comprender sus principales enfoques, hallazgos y tendencias recientes. Por ello, el presente trabajo desarrolla una revisión sistemática de estudios publicados entre los años 2020 y 2024. El propósito fue identificar las principales tendencias, enfoques y hallazgos relacionados con esta tipología de turismo.

2. METODOLOGÍA

El estudio se basa en la adaptación de la metodología PRISMA, la cual “está destinado a elevar la calidad y la claridad en la creación de revisiones sistemáticas y meta-análisis, ofreciendo una serie de recomendaciones que favorece una organización meticulosa en la identificación, selección, valoración y recopilación de la evidencia con el propósito de asegurar que los informes de revisiones sistemáticas sean claros, exhaustivos y replicables” (Page et al., 2021; citado por Chocobar y Barreda, 2025). Es por ello que la pregunta de investigación consolidada para conducir el proceso metodológico fue la siguiente: ¿Que es el Turismo Gastronómico?

La presente investigación es considerada una revisión sistemática de la literatura científica. De acuerdo con Beltran (2005), la revisión

sistemática se describe como un examen integrador, de carácter observacional y retrospectivo, donde utiliza información secundaria y se unen investigaciones que indagan sobre una pregunta específica. Además, constituye una herramienta esencial para organizar la información adquirida mediante la recopilación de datos. Como fuentes de información, la presente revisión sistemática define como base de datos principal a Scopus y, como fuente secundaria, a Scielo, ambas reconocidas mundialmente como base de datos multidisciplinarias por instituciones y universidades. Adicionalmente, se utilizó una tercera fuente confiable: Redalyc y Latindex. Esto para una búsqueda abierta de revistas científicas.

Para la presente estrategia de búsqueda más exacta se consideró la variable mencionada en la presente investigación: "Turismo Gastronómico". De igual forma con palabras claves, tales como: "Turismo", "Gastronomía" y "Turismo Gastronómico", dentro de un periodo de búsqueda entre los años 2020-2024. Las rutas utilizadas para la búsqueda se mencionan a continuación:

• Scopus

("Tourism OR "Turismo") AND
("Gastronomía" OR "Gastronomy") AND
("Gastronomic tourism OR "Turismo
Gastronómico")

• Scielo

("Tourism OR "Turismo") AND
("Gastronomía" OR "Gastronomy") AND

("Gastronomic tourism OR "Turismo
Gastronómico")

• Redalyc

("Turismo", "gastronomía" y "Turismo
Gastronómico")

Para el criterio de selección de los estudios, las publicaciones consideradas presentan criterios de inclusión tales como: tipo de publicación (deben ser artículos científicos), acceso al texto completo, acorde a la variable de la investigación con un año de antigüedad y no mayor a diez. Estos deben estar comprendidos entre los periodos 2020-2024, de tal forma que respondan a la interrogante planteada en esta investigación.

El descarte de artículos tuvo como causas los siguientes criterios de exclusión: estudios ajenos al tipo y estructura de un artículo científico, estudios no concluyentes, estar fuera del tiempo comprendido para esta investigación, publicaciones que no contemplan la respectiva variable de estudio en el título del documento. A través de Scopus, Scielo, Redalyc y Latindex, se obtuvo una muestra total de 1,254 publicaciones limitadas a la variable de estudio "Turismo Gastronómico" en un contexto geográfico latinoamericano entre los años 2020-2024. Por otro lado, se utilizó artículos científicos, como fuente principal, excluyendo así a 700 búsquedas por no limitarse al tipo de publicación mencionada. Además, se descartaron un total de 300 apartados por asentar su investigación en temas

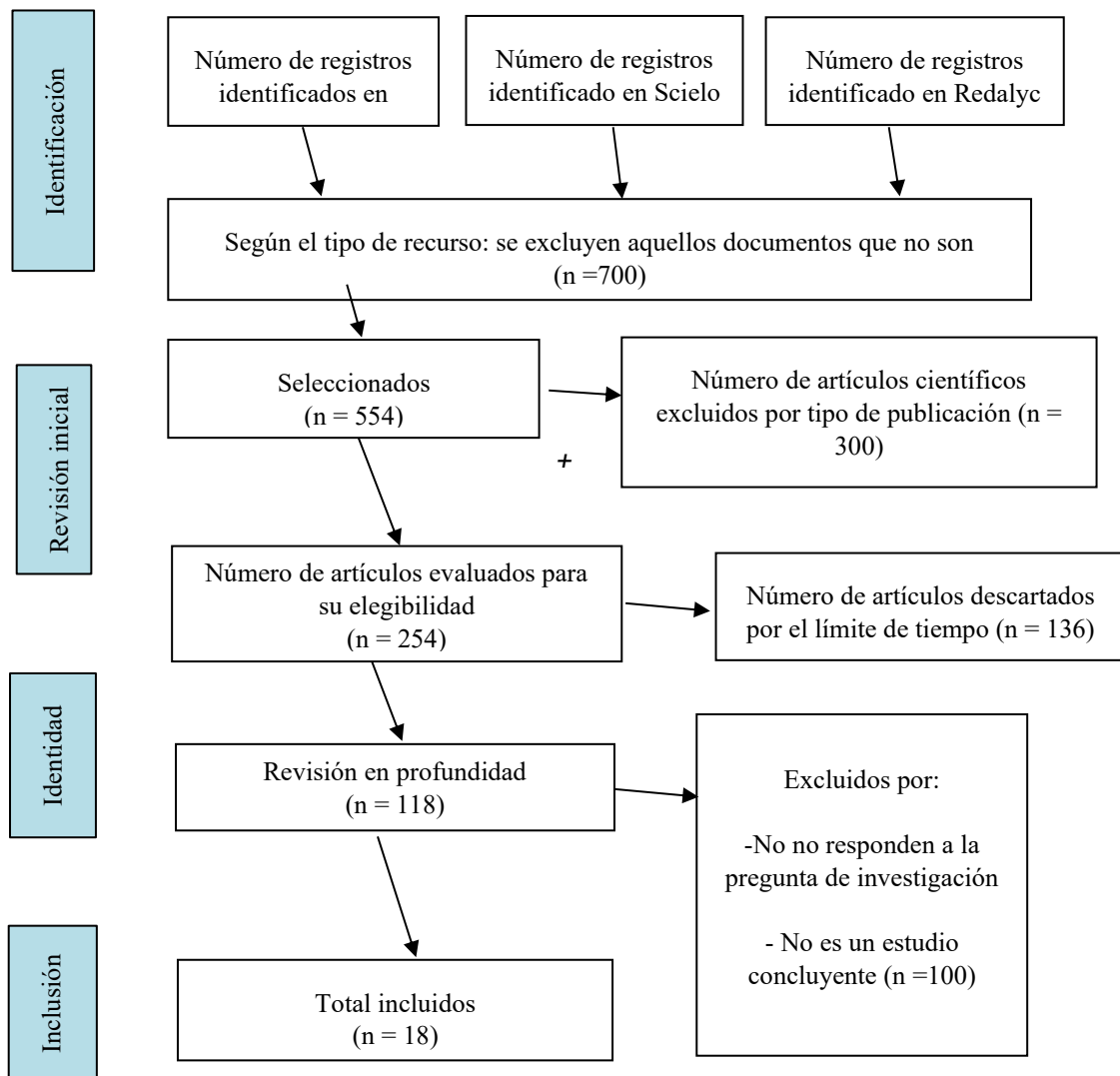
que no guardan relación con el turismo gastronómico. Al mismo tiempo, se rechazaron 136 revisiones que no estaban dentro del tiempo concebido 2020–2024.

Por último, se evaluaron 118 resultados para su elegibilidad, restringiendo un

total de 100 publicaciones que no respondían a la pregunta de investigación y, del mismo modo, no era un estudio concluyente. Así quedó un total de 18 artículos seleccionados para la presente investigación. Lo mencionado se observa en la Figura 1.

Figura 1

El Prisma



Nota. Adaptación de la metodología PRISMA para la Revisión Sistemática de Literatura.

3. RESULTADOS

Proceso de selección de datos

La búsqueda sistemática realizada sobre la variable Turismo Gastronómico permitió identificar 254 artículos comprendidos entre los años 2020 y 2024, provenientes de las bases de datos Scopus, Scielo, Redalyc y Latindex. Luego de aplicar los criterios establecidos por la metodología PRISMA, se descartaron 136

publicaciones por no encontrarse dentro del periodo considerado o por no disponer del texto completo. Posteriormente, 118 estudios fueron analizados de manera detallada. De estos 100 se excluyeron por no responder adecuadamente a la temática propuesta. De esta manera, se obtuvo una muestra final de 18 artículos científicos, que constituyen la base del análisis de la presente revisión sistemática.

Tabla 1

Criterios de exclusión para el proceso de selección de estudios

Criterios de exclusión	Scopus	Scielo	Redalyc y Latindex	TOTAL
• Número de artículos evaluados para su elegibilidad.	140	62	52	254
• Publicaciones fuera del rango temporal o sin información completa.	65	40	31	136
• No responden a la pregunta de investigación o no presentan resultados concluyentes.	40	35	25	100
• Total de artículos incluidos para la investigación.	12	3	3	18

Nota. Criterios de exclusión para el proceso de selección de estudios

Características de los estudios

A través de la Tabla 2, se observa la búsqueda y selección de artículos científicos relacionados con el turismo gastronómico, que permitió identificar 18 estudios publicados entre los años 2020 y 2025.; de la misma forma se detallan los autores, los buscadores empleados, el tipo de investigación y el país de origen de cada uno de los artículos.

De las investigaciones consideradas en la revisión sistemática, el 66.7% de los estudios derivan de SCOPUS, mientras que un 16.7% son publicaciones de SCIELO, un 11.1% de LATINDEX y por último un 5.5% de REDALYC. Por otro lado, el 44.4% de los artículos presentan su análisis de tipo cualitativo, así, un 27.8% de tipo cuantitativo y el 27.8% restante de manera mixta; asimismo, la procedencia geográfica de los artículos determinados fue realizados en su mayoría en España con 27.8%, luego está Ecuador con un 22.2%, mientras que Colombia tiene un 16.7% y por último, México, Japón, Australia, Perú, India y Turquía con un total de un hallazgos (33%).

Tabla 2
Artículos incluidos en la revisión sistemática

Autores	Año	País	Enfoque metodológico	Base de datos
Laura Margarita Rubio Huerta María Alejandra Rodríguez Corredor Sandra Patricia Cote Daza Jesús Alexis Barón Chivara	2022	Colombia	Cualitativo	Scielo
Claudia Lucia Silva Barrera Sandra Patricia Cote Daza Alexis Barón Chivara	Jesús 2022	Colombia	Mixto	Redalyc
Francesc Fusté Forné. F. Xavier Medina Lluís Mundet i Cerdán	2020	España	Cualitativo	Scielo
Neidy Lorena López Eraso Óscar Martín Rosero Sarasty Sandra Cristina Riascos Eraso	2023	Colombia	Cualitativo	Scielo
Daniel Dorta Alfonso Hugo Padrón-Ávila	2021	España	Cuantitativo	Scopus
Rivadeneira, Edwin Sánchez, Vladimir Erich Nahun Alvaracín Assuncao Geovanna Méndez Alexandra Simbaña	2024	Ecuador	Cualitativo	Scopus
Cristina Barzallo Neira Juan Ignacio Pulido Fernández	2025	Ecuador	Cualitativo	Scopus
Claudia Carolina Lacruhy Enríquez	2024	México	Cualitativo	Scopus
Nuria Recuero Virto Cristina Valilla Arrospide	2024	España	Cualitativo	Scopus
Norma Susana Sigcho Veloz Ana Luisa López Brunett	2022	Ecuador	Cuantitativo	Latindex
Jenny Miriam Acosta Reátegui Gabriela Elizabeth Cornejo Pinto	2021	Perú	Mixto	Latindex
Cristina Barzallo-Neira Juan Ignacio Pulido Fernández	2025	Ecuador	Mixto	Scopus
Shirotsuki, M. Sugama, J. Otsuki, S. Oiwa, S. Ushida, T.	2025	Japón	Mixto	Scopus
Mehmet Sariisik	2025	Turquía	Cuantitativo	Scopus
Akash Datta Sanjeev Kumar Dinesh Kumar	2025	India	Cuantitativo	Scopus
Genoveva Dancausa Millán Genoveva Millán Vázquez de la Torre Ricardo Hernández Rojas	2021	España	Mixto	Scopus
Daniel Dorta -Afonso Hugo Padrón -Ávila	2021	España	Cuantitativo	Scopus
Eerang Park Andy Widyanta	2022	Australia	Cualitativo	Scopus

Nota. Artículos incluidos en la revisión sistemática

Análisis global de los estudios

A partir de una selección cuidadosa de los estudios incluidos en este análisis, se logró identificar y explicar las diferentes definiciones de turismo gastronómico. En la Tabla 3 se presenta un análisis de las distintas definiciones propuestas para la

variable turismo gastronómico, donde se observa que 10 de cada 18 autores consideran que el turismo gastronómico constituye una experiencia cultural estrechamente vinculada con la identidad local, influyendo de manera directa en la elección de destinos por parte de los turistas.

Tabla 3

Definición de Turismo Gastronómico

Autor	Definición de Turismo Gastronómico
Laura Margarita, Rubio Huerta. María Alejandra, Rodríguez Corredor. Sandra Patricia, Cote Daza. Jesús Alexis, Barón Chivara.	Se define como una modalidad de turismo en la que la gastronomía se convierte en experiencia cultural y social que fortalece la identidad y el sentido de pertenencia territorial.
Claudia Lucia, Silva Barrera. Sandra Patricia, Cote Daza. Jesús Alexis, Barón Chivara.	Modalidad del turismo que se centra en la experiencia culinaria y la valoración de los productos locales como expresión de la cultura.
Francesc Fusté Forné. F. Xavier Medina. Lluís Mundet Cerdán.	Se refiere a la relación entre producción alimentaria local, sostenibilidad y experiencias turísticas basadas en la autenticidad.
Neidy Lorena López Eraso	Entiende el turismo gastronómico como un proceso de transmisión de saberes tradicionales que fortalece la innovación y la cultura alimentaria.
Daniel Dorta Afonso, Hugo Padrón-Ávila	Es una forma de turismo donde el interés principal del visitante está en la gastronomía y en las actividades culinarias del destino.
Edwin Vladimir Sánchez Rivadeneira, Assuncao	Considera a la gastronomía como vehículo de valorización cultural y desarrollo sostenible de las comunidades locales.
Cristina Barzallo Neira, Pulido Fernández	Define el turismo gastronómico como la manifestación de las preferencias y las motivaciones del turista hacia la comida local y la cultura del destino.
Claudia Carolina Lacruhy Enríquez	El turismo gastronómico se asocia con los recursos, dinámicas y actividades culinarias que forman parte del patrimonio cultural.
Nuria Recuero Virto, Cristina Valilla Arrospide	Representa la interacción entre cultura y experiencia sensorial a través de la gastronomía y el consumo de productos autóctonos.
Norma Susana Sigcho Veloz	Hace referencia al conjunto de prácticas y expresiones culinarias que contribuyen a la identidad y competitividad de los destinos turísticos.

Nota. Definición de Turismo Gastronómico

A través de la Tabla 5 se presentan de forma general las dimensiones más relevantes identificadas en los estudios sobre turismo gastronómico. Los resultados permiten observar que 7 de cada 18 autores coinciden en resaltar la oferta gastronómica, la identidad cultural y la autenticidad de los productos locales como factores esenciales para el desarrollo y consolidación de esta actividad turística. De igual modo, 6 de cada 18 autores

hacen referencia a la sostenibilidad, la innovación y la gestión de los servicios turísticos pues las consideran dimensiones clave que garantizan la calidad y competitividad de los destinos. Finalmente, 5 de cada 18 autores enfatizan en aspectos como: la calidad del servicio, la promoción turística y la accesibilidad. Todos ellos influyen directamente en la experiencia del visitante y en la valoración positiva del destino gastronómico.

Tabla 4

Dimensiones de Turismo Gastronómico

Autores	Dimensiones de Turismo Gastronómico
Laura Margarita Rubio Huerta María Alejandra Rodríguez Corredor Sandra Patricia Cote Daza Jesús Alexis Barón Chivara	Oferta gastronómica Experiencia del visitante Patrimonio cultural
Claudia Lucia Silva Barrera Sandra Patricia Cote Daza Jesús Alexis Barón Chivara	Cultura Gastronomía Sostenibilidad
Francesc Fuste Forné F. Xavier Medina Lluís Mundet Cerdan	Origen local de los productos Frescura y estacionalidad Autenticidad cultural
López Eraso, Neidy Lorena Rosero Sarasty, Óscar Martín Riascos Eraso, Sandra Cristina	Procesos de transmisión de saberes tradicionales Participación de actores Motivación para compartir y recibir conocimiento
Dorta Alfonso, Daniel Padrón-Ávila, Hugo	Sociodemográfica Motivacional Satisfacción
Rivadeneira, Edwin Vladimir Sánchez Assuncao, Erich Nahun Alvaracín Méndez, Geovanna Alexandra Simbaña	Cultural Patrimonial Experiencial
Barzallo Neira, Cristina Pulido Fernández, Juan Ignacio	Preferencias Motivaciones del turista Experiencia del turista Oferta gastronómica
Lacruhy Enríquez, Claudia Carolina	Oferta gastronómica Experiencias temáticas Percepción de los comensales
Nuria Recuero Virto Cristina Valilla Arrospide	Calidad percibida Autenticidad Diversidad

Norma Susana, Sigcho Veloz López Brunett, Ana Luisa	Diversidad gastronómica Calidad culinaria Innovación gastronómica
Acosta Reátegui Jenny Miriam Gabriela Elizabeth Cornejo Pinto	Productos turísticos Experiencia Rol culinario en la cultura
Barzallo-Neira, Cristina Pulido Fernández, Juan Ignacio	Motivaciones de viaje Preferencias culinarias Comportamiento del consumidor
Shirotsuki, M. Sugama, J. Otsuki, S. Oiwa, S. Ushida, T.	Accesibilidad Inmersión cultural Promoción turística Innovación tecnológica
Sariisik, Mehmet	Recursos culinarios Infraestructura Calidad e higiene Identidad y patrimonio gastronómico
Datta, Akash Kumar, Sanjeev Kumar, Dinesh	Calidad del producto gastronómico Servicio y atención Ambiente y entorno Valor percibido
Genoveva Dancausa Millán Genoveva Millán Vázquez de la Torre Ricardo Hernández Rojas	Volumen de turistas Productos gastronómicos Experiencia culinaria
Daniel Dorta Alfonso Hugo Padrón Ávila	Interés y motivación por la gastronomía Segmentación turística Percepción de la gastronomía
Eerang Park Andy Widyanta	Autenticidad Identidad cultural Sensorial

Nota. Dimensiones de Turismo Gastronómico

Se muestra de manera concreta los resultados en relación con el objetivo del estudio (ver Tabla 6), determinándose que 10 de cada 18 autores coinciden en que el turismo gastronómico, al promover la identidad local y la sostenibilidad, representa un factor clave para el desarrollo cultural, social y económico de los destinos. Asimismo, 5 de cada 18 autores resaltan que el

turismo gastronómico tiene una influencia moderada, vinculada principalmente a la gestión, a la innovación y a la calidad de los servicios ofrecidos. Finalmente, 3 de cada 18 autores mencionan una incidencia limitada, debido a la falta de infraestructura adecuada y de estrategias de promoción que fortalezcan esta modalidad turística.

Tabla 5
Resultados

Autores	Título del estudio	Resultados principales
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rubio Huerta, Laura Margarita ✓ Rodríguez Corredor, María Alejandra ✓ Cote Daza, Sandra Patricia ✓ Barón Chivara, Jesús Alexis 	Las plazas de mercado como espacios territoriales de turismo gastronómico, valoración de la gastronomía típica bogotana	Los resultados muestran que las plazas de mercado analizadas de Bogotá (La Perseverancia, Las Cruces, Samper Mendoza y La Concordia) son espacios con un fuerte potencial gastronómico y turístico, aunque enfrentan desafíos como la pérdida de tradiciones culinarias por la influencia de cocinas externas y la reducción de la oferta de platos típicos bogotanos.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Silva Barrera, Claudia Lucía ✓ Cote Daza, Sandra Patricia ✓ Barón Chivara, Jesús Alexis 	Importancia del maíz en el turismo gastronómico en cuatro municipios de Cundinamarca, Colombia	En los resultados se reconoció que este constituye un aspecto emblemático en la cocina; no obstante, la reducción en el cultivo de maíz y el interés por los artículos fabricados con harina de trigo provoca una desaparición de las recetas autóctonas.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Francesc Fusté Forné ✓ Medina, F. Xavier ✓ Mundet i Cerdan, Lluís 	La proximidad de los productos alimentarios: turismo gastronómico y mercados de abastos en la costa Daurada (Cataluña, España).	Los resultados de esta investigación fueron que los mercados de abastos de la Costa Daurada ofrecen un 32.52% productos de origen local, un 36.25% procedentes de otras regiones de España y un 11.83% provenientes del extranjero, lo que refleja una diversidad de procedencias en la oferta. Además, se evidenció que los mercados poseen un potencial importante como recurso turístico gastronómico.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ López Eraso, Neidy Lorena ✓ Rosero Sarasty, Óscar Martín ✓ Riascos Eraso, Sandra Cristina 	Relación conceptual entre transferencia de conocimiento, innovación y satisfacción del cliente en el turismo gastronómico 2012-2023	Los hallazgos más relevantes mostraron que el intercambio de conocimientos juega un papel crucial en la conservación de las costumbres culinarias. De la misma manera, la innovación está vinculada al intercambio de saberes, tanto para perfeccionar productos y métodos como para adaptar y mantener las tradiciones, lo que a su vez afecta la experiencia culinaria en la satisfacción del consumidor dentro del ámbito del turismo gastronómico.

Autores	Título del estudio	Resultados principales
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dorta Alfonso, Daniel ✓ Padrón-Ávila, Hugo 	<p>Gestión del turismo gastronómico: identificación del mercado potencial en Canarias</p>	<p>Los resultados sugieren que existen diferencias en el perfil sociodemográfico de los turistas gastronómicos en las Islas Canarias, sus motivaciones y las características de sus viajes.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rivadeneira, Edwin ✓ Sánchez Assuncao, Vladimir ✓ Alvaracín Méndez, Erich Nahun ✓ Simbaña, Geovanna Alexandra 	<p>Rescatando la fruta de chonta para promover el turismo gastronómico: una revisión de la literatura</p>	<p>Se obtuvo como resultado la importancia de rescatar sabores, conocimientos, técnicas culinarias, formas de preparación y presentación ancestral de pueblos, nacionalidades y comunidades; así como las nuevas preparaciones culinarias que utilizan el fruto de la chonta en diferentes áreas de la gastronomía como: mousses, galletas y pasteles, entre otros.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Barzallo Neira, Cristina ✓ Pulido Fernández, Juan Ignacio 	<p>Investigación sobre la demanda de turismo gastronómico: antecedentes y evolución temática</p>	<p>Los hallazgos refuerzan las estructuras clave en el estudio de la demanda del turismo culinario, crean un contexto sobre el progreso de los contenidos desde un enfoque científico y destacan la relevancia de guiar la organización, la presentación turística y la evolución de las distintas actividades que integran esta categoría. Ello, también, facilita la dirección de investigaciones venideras.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lacruhy Enríquez, Claudia Carolina 	<p>Escenario de turismo gastronómico de un destino internacional basado en el modelo de Netnografía</p>	<p>Los hallazgos indicaron que, en el ámbito gastronómico del destino global de Los Cabos, los visitantes se asocian con múltiples categorías representativas de la localidad, destacando principalmente: mariscos (42%), comida internacional (40%), comida mexicana (31%), restaurantes de alta gama (19%) y gastronomía de autor (12%). La vivencia de la granja a la mesa, fundamentada en la cocina sostenible, está en auge entre los clientes. Respecto a la opinión de los comensales en las valoraciones de TripAdvisor, se calificó como favorable (4,5/5). Indicaron una alta satisfacción con la calidad, el servicio, el ambiente y la atmósfera.</p>

Autores	Título del estudio	Resultados principales
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recuero Virto, Nuria ✓ Valilla Arrospide, Crisitina 	<p>El encanto de los destinos culinarios: la interacción estratégica de la gastronomía local en el desarrollo turístico regional</p>	<p>Los resultados muestran que la gastronomía local fortalece la imagen del destino y su competitividad, al actuar como motivación principal o complementaria para distintos tipos de turistas; además, la percepción de riesgos, en especial tras la COVID-19, influye en sus decisiones de viaje, lo que confirma a la gastronomía como un factor clave en la elección y diferenciación de los destinos turísticos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sigcho Veloz, Norma Susana ✓ López Brunett, Ana Luisa 	<p>Análisis de la propuesta culinaria de la provincia de Guayas y su influencia en el desarrollo del turismo gastronómico ecuatoriano. Caso de estudio: 2021-2022</p>	<p>El estudio evidencia que la variedad gastronómica de la provincia del Guayas es clave para el desarrollo turístico y económico, según el 95.57% de los encuestados. La oferta culinaria impacta principalmente en el sector económico, seguida del turístico y laboral. Se destaca que el desarrollo de nuevas huecas proviene en su mayoría de inversiones familiares. El ceviche es el plato más representativo y consumido en la región. Finalmente, los encuestados valoran la calidad del servicio, prefiriendo en gran medida comer en huecas antes que en comidas rápidas.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acosta Reátegui, Jenny Miriam ✓ Cornejo Pinto, Gabriela Elizabeth 	<p>Plan estratégico de marketing para fomentar el turismo gastronómico a través del biohuerto en un restaurante en la ciudad de Lima</p>	<p>Se identificó el área de mercado fundamental que cuenta con los principales compradores que son trabajadores, jóvenes parejas adultas y familias que cuentan con hijos. Respecto a los elementos de éxito, se hallaron la excelente calidad de los productos disponibles, el establecimiento de la marca, tarifas competitivas y la utilización de la tecnología. Se determinó que el público objetivo es atender a más de 516 personas y se diseñó el plan estratégico de mercadotecnia.</p>

Autores	Título del estudio	Resultados principales
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Barzallo-Neira, Cristina ✓ Pulido Fernández, Juan Ignacio 	<p>La demanda de turismo gastronómico: caracterización y perfiles de los turistas</p>	<p>Los resultados obtenidos han proporcionado información sobre el comportamiento, la disposición a pagar, las expectativas y las experiencias de los encuestados. A partir de esto, se han identificado tres segmentos de turistas gastronómicos con perfiles claramente diferentes.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Shirotsuki, M. ✓ Sugama, J. ✓ Otsuki, S. ✓ Oiwa, S. ✓ Ushida, T. 	<p>Explorando el impacto del turismo gastronómico virtual en la experiencia de comer</p>	<p>Los resultados fueron que los participantes en general reportaron mayor apetito, mayor disfrute de la comida y una experiencia inmersiva durante la sesión de RV. El análisis temático reveló dos patrones consistentes: (1) mayor percepción sensorial, incluyendo aumentos percibidos en la intensidad del sabor y la temperatura y (2) las experiencias de usabilidad mixtas, donde algunos participantes notaron molestias menores como: mareos o menor visibilidad de los alimentos. No se observaron reacciones fisiológicas adversas.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sariisik, Mehmet 	<p>Estudio exploratorio sobre la determinación de indicadores de oferta de turismo gastronómico en Turquía</p>	<p>De acuerdo a los hallazgos del estudio, 26 de las 40 fuentes de abastecimiento culinario son signos de turismo gastronómico para Turquía. Esto en consonancia con las perspectivas de los especialistas en comida y los viajeros locales en Turquía.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Datta, Akash ✓ Kumar, Sanjeev ✓ Kumar, Dinesh 	<p>Turismo gastronómico: un estudio sobre la satisfacción del turista y su intención de visitar</p>	<p>Los resultados indican que el turismo gastronómico influye positivamente tanto en la satisfacción del turista como en la intención de volver a visitar. Además, se encontró que la cocina local, la calidad de la comida y el ambiente del restaurante eran predictores significativos de la satisfacción del turista.</p>

Autores	Título del estudio	Resultados principales
✓ Dancausa Millán, Genoveva ✓ Millán Vázquez de la Torre, Genoveva ✓ Hernández Rojas, Ricardo	Análisis de la demanda de turismo gastronómico en Andalucía (España)	Los resultados obtenidos indican que el turista gastronómico en Andalucía está muy satisfecho con los lugares que visita y la gastronomía que saborea. Sin embargo, la demanda de este sector turístico es muy baja y heterogénea. Si bien el enoturismo está bien establecido, el turismo centrado en ciertos productos, como el aceite de oliva o el jamón, es prácticamente inexistente. Para obtener una demanda homogénea, se deben crear sinergias o maridajes entre productos alimentarios. Por ejemplo: vino-jamón, aceite-jamón, etc. para atraer a un mayor número de turistas y distinguir a Andalucía como destino gastronómico de vacaciones.
✓ Dorta-Afonso, Daniel y Padrón-Ávila, Hugo	Gestión de turismo gastronómico: identificación del mercado potencial en Canarias	Los hallazgos indican que hay variaciones en el perfil demográfico, en las motivaciones y en las particularidades del viaje de este grupo específico de viajeros impulsados por la gastronomía.
✓ Eerang Park y Widyanta, Andy	Experiencia de turismo gastronómico y paisaje gastronómico cambiante: un estudio exploratorio de un destino alimentario emergente	Esta investigación descubre cómo el acto de negociación y la creación de experiencias gastronómicas cocreadas por turistas y proveedores contribuye a la evolución del paisaje alimentario del destino. Estos procesos contribuyen a la invención de nuevas ofertas de alimentos, la inclusión de turistas en el espacio gastronómico local y la expansión del horizonte gastronómico local.

Nota. Resultados de los artículos seleccionados.

4. DISCUSIÓN

Los hallazgos de la presente revisión sistemática evidencian que el turismo gastronómico se ha consolidado en los últimos cinco años como un componente estratégico dentro del desarrollo turístico, cultural y económico de los destinos. De manera coherente con lo señalado por

Rubio Huerta et al. (2022) y Silva Barrera et al. (2022), los estudios coinciden en que la gastronomía trasciende su función alimentaria para convertirse en un recurso simbólico que fortalezca la identidad territorial, el sentido de pertenencia y la transmisión de saberes tradicionales. Este enfoque cultural se

reafirma en investigaciones como las de López Eraso et al. (2023), quienes destacan que la transferencia de conocimientos culinarios constituye la base de la innovación y del mantenimiento de prácticas alimentarias locales.

Asimismo, los resultados permiten observar que la gastronomía adquiere relevancia como factor motivacional en la elección de los destinos. Tal como reportan Dorta Alfonso y Padrón Ávila (2021), las motivaciones sociodemográficas y personales de los turistas orientados al consumo gastronómico evidencian comportamientos diferenciados y con un interés creciente por experiencias culinarias auténticas.

Por otro lado, los estudios revisados muestran una preocupación común respecto a la pérdida progresiva de prácticas culinarias tradicionales. Silva Barrera et al. (2022) evidencian que la disminución de cultivos como el maíz repercute en la reducción de recetas ancestrales, mientras que Rubio Huerta et al. (2022) advierten sobre la sustitución de platos locales por cocinas externas en mercados tradicionales. Esta problemática se complementa con la investigación de Rivadeneira et al. (2024), quienes subrayan la urgencia de rescatar productos autóctonos como el fruto de chonta, tanto para la preservación cultural como para la dinamización económica mediante nuevas propuestas culinarias.

En relación con la experiencia del visitante, diversos autores coinciden en

que las percepciones de calidad, autenticidad y ambiente influyen significativamente en la satisfacción del turista gastronómico. Lacruhy Enríquez (2024) encontró altos niveles de satisfacción asociados a la calidad, el servicio y la atmósfera. Todo ello en destinos como Los Cabos, mientras que Datta et al. (2025) mostraron que la experiencia gastronómica incide directamente en la intención de visitar un destino. Estos resultados complementan lo planteado por Barzallo-Neira y Pulido Fernández (2025), quienes identifican distintos perfiles de turistas gastronómicos con expectativas específicas respecto a la oferta culinaria, el servicio y el precio.

Otro aspecto relevante es la incorporación de nuevas tendencias tecnológicas. La investigación de Shiotsuki et al. (2025) sobre turismo gastronómico virtual demuestra que la realidad virtual puede generar experiencias sensoriales inmersivas, lo que abre posibilidades para diversificar la oferta turística, especialmente en contextos donde el acceso físico a los destinos es limitado. Este fenómeno se articula con lo expuesto por Park y Widyanta (2022), quienes sostienen que las experiencias cocreadas entre turistas y proveedores permiten reconfigurar el paisaje culinario local mediante prácticas innovadoras y colaborativas.

Finalmente, la mayoría de estudios concluyen que el turismo gastronómico no solo preserva la herencia culinaria, sino que también promueve el desarrollo económico local.

Investigaciones como las de Veloz y López (2022) muestran cómo la diversidad culinaria impacta positivamente en los sectores económico, turístico y laboral, reforzando la importancia de la gastronomía como motor de crecimiento territorial. Sin embargo, algunos estudios, como el de Millán et al. (2021), advierten que la demanda sigue siendo heterogénea y que es necesario fortalecer estrategias de promoción, infraestructura e integración de productos gastronómicos para consolidar destinos más competitivos.

5. CONCLUSIÓN

La revisión sistemática realizada permite afirmar que el turismo gastronómico se ha consolidado como un componente esencial en el desarrollo cultural, social y económico de los destinos, ya que los estudios analizados coinciden en que la gastronomía, más allá de su función alimentaria, representa un elemento simbólico capaz de fortalecer la identidad territorial, preservar conocimientos tradicionales y generar experiencias significativas para los visitantes. Asimismo, se confirma que factores como la autenticidad, la sostenibilidad, la innovación y la calidad del servicio inciden directamente en la satisfacción del turista y en su intención de visitar un destino. No obstante, persisten desafíos vinculados con la pérdida de prácticas culinarias ancestrales, la escasa homogeneidad de la demanda y la necesidad de profundizar en estrategias de promoción e infraestructura especializadas. En este sentido, se concluye que fortalecer el

turismo gastronómico requiere la articulación entre actores locales, instituciones públicas y el sector privado, con el fin de promover una oferta auténtica, sostenible y competitiva que contribuya a la valorización del patrimonio alimentario y al desarrollo integral de los territorios.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barzallo, C. & Pulido, J. (2025). *La investigación sobre la demanda del turismo gastronómico: conocimientos previos y evolución temática*. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 23(1), 119–134. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.008>
- Barzallo, C. & Pulido, J. (2025). *La demanda de turismo gastronómico: caracterización y perfiles de los turistas*. *Sustainability*, 17(16), 7206. <https://doi.org/10.3390/su17167206>
- Cueva, M. & Manallay, P. (2022). *Léxico de la gastronomía peruana*. Lima: Academia Peruana de la Lengua. *Lengua y Sociedad*, 21(1), 533–537. <https://doi.org/10.15381/lengsoc.v21i1.23105>
- Chocobar, E. & Barreda, R. (2025). *Estructuras metodológicas PICO y PRISMA 2020 en la elaboración de artículos de revisión sistemática: Lo que todo investigador debe conocer y dominar*. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(1), 8525–8543. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16491



- Dancausa, M., Millán, M. & Hernández, R. (2021). Análisis de la demanda de turismo gastronómico en Andalucía (España). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0246377>
- Datta, A., Kumar, S. & Kumar, D. (2025). *Turismo gastronómico: Un estudio de la satisfacción del turista y su intención de volver a visitar el hotel. En Disrupción digital en la hostelería, Hostelería sostenible* (pp. 319-333). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83662-360-120251015>
- Dorta, D. & Padrón, H. (2021). *Gestión de turismo gastronómico: identificación del mercado potencial en Canarias. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 19(4), 725–736. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.047>
- Fusté, F., Medina, F. & Mundet, L. (2020). *La Proximidad de los Productos Alimentarios: Turismo Gastronómico y Mercados de Abastos en la Costa Daurada (Cataluña, España). Revista de Geografía Norte Grande*, 76, 213–231. <https://doi.org/10.4067/s0718-34022020000200213>
- Hernández, J., Di, E. & López, T. (2014). El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres (España). <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1868/1784>
- Işkin, M. & Sariisik, M. (2025). *Un estudio exploratorio sobre la determinación de indicadores de oferta para el turismo gastronómico en Turquía. Turismo y Sociedad*, 37, 227–251. <https://doi.org/10.18601/01207555.n37.09>
- Lacruhy, C. (2024). *El Escenario del Turismo Gastronómico de un Destino Internacional basado en modelo de Etnografía. Nuevas tendencias en investigación cualitativa*, 20(3), e1062. <https://doi.org/10.36367/ntqr.20.3.2024.e1062>
- López, N., Rosero, Ó. & Riascos, S. (2024). *Relación conceptual entre transferencia de conocimiento, innovación y satisfacción del cliente en el turismo gastronómico 2012–2023. Tendencias*, 25(1), 296–321. <https://doi.org/10.22267/rtend.242501.250>
- ONU Turismo (2023). *Turismo Gastronómico y enológico*. <https://www.untourism.int/es/gastronomia-turismo-enologico>
- Park, E. & Widyanta, A. (2022). *Experiencia de turismo gastronómico y cambio en el panorama gastronómico de los destinos: Un estudio exploratorio de un destino gastronómico emergente. Tourism Management Perspectives*, 42, 100964. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100964>
- Recuero, N. & Valilla, C. (2024). *Encanto de destinos culinarios: La interacción estratégica de la gastronomía local en el desarrollo turístico regional. Revista Internacional de*



Gastronomía y Ciencia de la Alimentación, 36, 100931.
<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100931>

Rubio, L., Rodríguez, M., Cote, S. & Barón, JA (2022). *Las plazas de mercado como espacios territoriales de turismo gastronómico, valoración de la gastronomía típica bogotana. Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 31(1), 128–145.
<https://doi.org/10.15446/rcdg.v31n1.88754>

Shirotsuki, M., Sugama, J., Otsuki, S., Niki, K., Osti, L., Oiwa, S. & Ushida, T. (2025). *Explorando el impacto del turismo gastronómico virtual en la experiencia de comer. Revista Internacional de Enfermería* 31(7), 318–324.
<https://doi.org/10.12968/ijpn.2025.0008.Paliativa>.

Silva, C., Cote Daza, S. & Barón, J. (2022). *Importancia del maíz en el turismo gastronómico en cuatro municipios de Cundinamarca, Colombia. Equidad y Desarrollo*, 40, e1510.
<https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss40.8>