



Fecha de presentación: enero, 2020 Fecha de aceptación: febrero, 2020 Fecha de publicación: abril, 2020

Modelo de gestión de turismo gastronómico para fincas agroturísticas, caso cantón Milagro

Gastronomic tourism management model for agrotourism farms, case of
Milagro canton

13

Mg. Gorki Aguirre Torres¹

correo-electronico@mail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8812-3093>

Mg. Ángel Freire Diaz ²

angel.freired89@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6731-3517>

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Aguirre Torres, G. & Freire Diaz, Á. (2020). Modelo de gestión de turismo gastronómico para fincas agroturísticas, caso cantón Milagro. Revista Mapa, 13(19), 210- 227. Recuperado de <http://revistamapa.org/index.php/es>

¹ Magister en Desarrollo Comunitario, Docente investigador de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador

² Magister en Gestión de Empresas Turísticas, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ecuador.



RESUMEN

El presente estudió parte de la tesis de maestría en Gestión de Empresas turísticas, proponiendo un modelo de gestión de turismo gastronómico aplicado a las fincas agroturísticas, estudio de caso cantón Milagro, provincia del Guayas de Ecuador; pretendiendo brindar alternativas para la reactivación turística, generando trabajo, potenciar el rendimiento de las fincas y mejorar la oferta gastronómica que permita a los visitantes tener experiencias agradables, de aprendizaje, esparcimiento en armonía con el ambiente y preservando la identidad gastronómica de la localidad. Se puede también indicar que la investigación tiene un diseño no experimental con enfoque cualitativo exploratorio, de corte transversal efectuado en un período corto de tiempo, puesto que admite la recolección de datos sobre las variables como se manifiestan en su estado natural, para posteriormente, realizar el análisis de los resultados, los que avalaron el estudio efectuado, que permitieron conocer y medir las manifestaciones sentidas por los propietarios de las fincas. Dando como resultado que, para mejorar la competitividad de las fincas agroturísticas es necesario implementar iniciativas de participación de los turistas en la elaboración de productos gastronómicos in situ, que les permita fortalecer conocimientos, así como fomentar la conservación de las costumbres y tradiciones culinarias de la localidad.

Palabras Claves: desarrollo sostenible, fincas agroturísticas, modelo de gestión, turismo gastronómico, turismo sostenible

ABSTRACT

The present studied part of the master's thesis in Tourism Business Management, proposing a gastronomic tourism management model applied to agrotourism farms, case study of Milagro canton, Guayas province of Ecuador; intending to provide alternatives for tourist reactivation, generating work, enhancing the performance of farms and improving the gastronomic offer that allows visitors to have pleasant experiences, learning, recreation in harmony with the environment and preserving the gastronomic identity of the town. It can also be indicated that the research has a non-experimental design with a qualitative, exploratory, cross-sectional approach carried out in a short period of time, since it admits the collection of data on the variables as they appear in their natural state, to later carry out the analysis of the results, which endorsed the study carried out, which allowed us to know and measure the manifestations felt by the owners of the farms. As a result, to improve the competitiveness of agrotourism farms it is necessary to implement initiatives for the participation of tourists in the elaboration of gastronomic products in situ, which allows them to strengthen knowledge, as well as promote the conservation of the customs and culinary traditions of the location.

Keywords: sustainable development, agrotourism farms, management model, gastronomic tourism, Sustainable tourism

INTRODUCCIÓN

El La Organización Mundial del Turismo y Organización de los Estados Americanos (2018) en su libro “El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas prácticas en las Américas” determinan que: “La creciente influencia del turismo como motor económico y su potencial como herramienta de desarrollo son irrefutables. Los datos disponibles muestran que este sector es responsable de más del 10% del producto interior bruto mundial (PIB) y que aporta uno de cada diez puestos de trabajo en el mundo.”

El espacio geográfico americano comprende una gran variedad de riquezas naturales y culturales que permiten la gestión sostenible de esta actividad, la cual puede contribuir a lograr una mejora en la calidad de vida de los habitantes, su crecimiento económico y la conservación y revalorización del patrimonio (OMT 2003).

Como menciona la OMT (2003) que se aborda al turismo rural desde una perspectiva de desarrollo regional que involucra a dos sectores: el agropecuario y el turístico; los que se complementan a partir de sus recursos y posibilidades para plasmarse en un nuevo negocio para ambos sectores y en la búsqueda de una mejor calidad de vida para los actores involucrados directa e indirectamente.

En su investigación López-Guzmán y Jesús (2011) indican que el turismo culinario se define en la actualidad como una de las grandes apuestas para potenciar o consolidar destinos turísticos, debido a la importancia, cada vez mayor, que tiene para los viajeros el conocimiento de todo lo relacionado con la cultura gastronómica de los lugares que visita. Así, y de hecho, ya existen determinados viajeros que consideran como motivación principal de su viaje el acudir a un determinado restaurante o sencillamente conocer mejor la cocina de una zona geográfica concreta. Por otro lado, y aunque en ocasiones la comida no es el motivo principal del viaje, sí se configura como un elemento clave para realizar el viaje y, por tanto, en uno de los aspectos fundamentales que deben de tenerse en cuenta para promocionar una determinada área geográfica.

Posteriormente, la Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center (2019), manifiestan que la gastronomía siempre ha formado parte del turismo, pero su relación en las últimas décadas ha cambiado significativamente. En los últimos años, asistimos a un fenómeno en el que el gran interés por lo gastronómico ha supuesto que la relación turismo-gastronomía haya

evolucionado hacia nuevos modelos, dando lugar a un nuevo segmento turístico – el turismo gastronómico.

El contexto actual derivado de la crisis sanitaria del COVID-19 está marcado por la incertidumbre y presenta una serie de retos múltiples para la sociedad en general y para el turismo en particular. Un escenario que ha supuesto la desaparición momentánea de algunos de los problemas clásicos de sostenibilidad que el turismo había provocado en algunos espacios turísticos, lo que desde la comunidad científica se ha visto como una oportunidad única para repensar el turismo y construir un nuevo modelo basado en la sostenibilidad (Ortega et al. 2020).

Por consiguiente, el presente documento tiene por motivo proponer un modelo de gestión de turismo gastronómico aplicado a las fincas agroturísticas del cantón Milagro, provincia del Guayas, y poder así, brindar alternativas para la reactivación turística, generar plazas de trabajo, potenciar el rendimiento de las fincas y mejorar la oferta gastronómica que permita a los visitantes tener experiencias agradables, de aprendizaje, esparcimiento en armonía con el ambiente y preservando la identidad gastronómica de la localidad.

Barroso González y Flores Ruiz (2006) en su artículo científico “La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico” afirman que:

El fenómeno turístico, en las últimas décadas, ha ido adquiriendo una gran importancia y todo apunta a que en un futuro ésta seguirá su ritmo ascendente, pues, de ser considerado como un fenómeno coyuntural, cuya importancia social y, sobre todo, económica, era relativizada y minimizada por importantes organismos internacionales como el Banco Mundial, en época reciente, ha pasado a ser considerado como un fenómeno estructural, cuyo protagonismo en

la economía internacional, en general, y en la de muchos países, regiones y localidades, en particular, cada vez es mayor, superando, en muchos casos, al de algunos de los sectores económicos tradicionales, tales como la agricultura, la minería, la pesca, las manufacturas, etc.

Como indica la Organización Mundial del Turismo UNTWO, (2012), en su publicación científica “Global report on Food Tourism”: “El crecimiento del turismo gastronómico en todo el mundo es un hecho evidente, al configurar este uno de los segmentos de mayor dinamismo dentro del mercado turístico”.

Podemos indicar que Vacas San Miguel (2017), en su tesis de maestría titulada: “Hacia un turismo gastronómico sostenible en Segovia. Propuesta comunicativa para avanzar en la gobernanza y nuevos productos turísticos”, define al turismo gastronómico como personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentales en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementaria. Cabe recalcar que Cuevas et al, (2018) en su artículo denominado “Preservación de la herencia cultural a través del Turismo Gastronómico” nos indican que:

En la cocina o la gastronomía de cada destino, se esconden riquezas culturales explotables. En cada una se cuenta su historia, sus creencias, sus recuerdos, sus personajes y sus valores; se denota un interés por aprender sobre el lugar que se visita, surge curiosidad por entender a la cultura a la que uno se inserta y todo esto se adquiere a través de esa experiencia auténtica y vivencial que el destino brinda a sus visitantes. (Cuevas et al, 2018, p. 18)

Por su parte, Barrera y Bringas Alvarado, (2008) en su artículo científico “Las rutas alimentarias: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos”, manifiestan que: “La búsqueda de nuevas sensaciones por parte de

los turistas, convierte a este negocio en una tentativa para la introducción de nuevos productos en el mercado”.

Schlüter y Thiel Ellul, (2009) en su investigación publicada en “Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural” titulada: “Gastronomía y Turismo en Argentina. Polo gastronómico Tomás Jofré” afirman que:

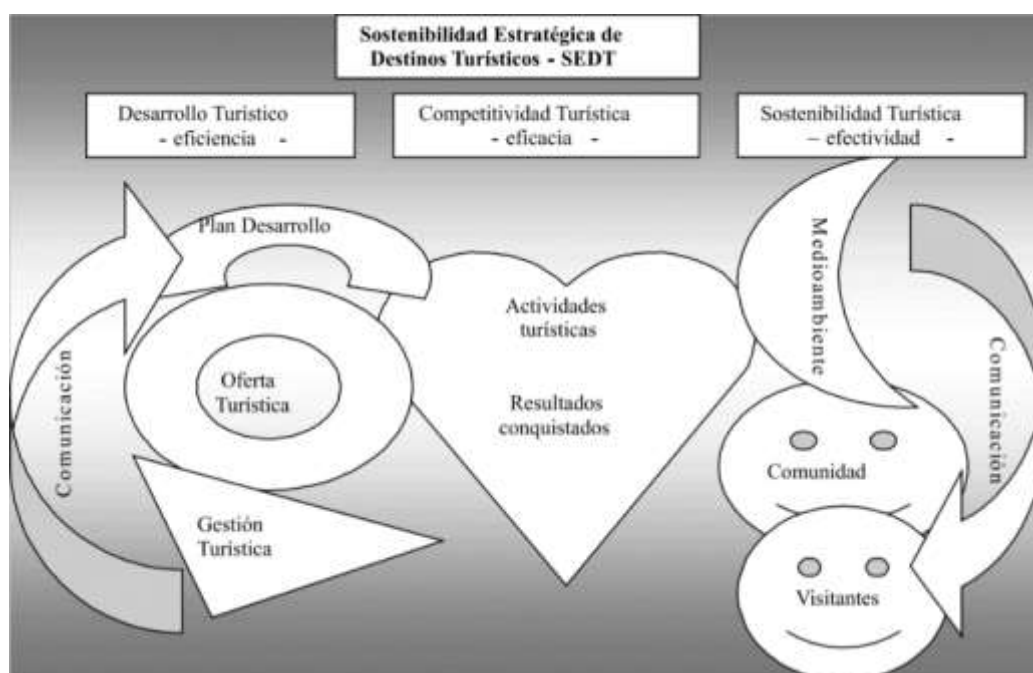
El turismo gastronómico ha generado mayor interés en los investigadores de diferentes países desde la organización del Congreso Mundial de Turismo Gastronómico realizado por la OMT en el año 2000. Dada la creciente importancia de la gastronomía en el campo del turismo, es necesario conocer cuáles son las variables más valoradas en la satisfacción de los servicios de gastronomía, para potencializar este recurso como un atractivo turístico del destino y para que los prestadores de servicios de restauración puedan diseñar estrategias acordes a la demanda. (Schlüter y Thiel Ellul, 2009. P.25)

Mazaro, (2007) en su investigación considera que, para los factores significativos o determinantes para el funcionamiento del sistema, es posible establecer estándares de desempeño y comportamiento superiores que sirvan como referenciales para el establecimiento de los objetivos en el planeamiento y gestión del turismo local. Los factores cuantitativos son, en principio, más objetivos que los cualitativos y permiten realizar una mejor comparación entre los diferentes casos. Sin embargo, la elección entre factores cuantitativos y cualitativos a veces se encuentra determinada por la falta de datos o por la necesidad de realizar estudios in situ. Por ello, los datos cualitativos resultarán los únicos disponibles. A partir de un estándar referencial de desempeño superior, o “estado ideal” del factor, se estableció una escala de valoración decreciente con 6 niveles entre el ideal y el débil (5 y 0 puntos, respectivamente). Más importante, todavía, es que la aplicación en este formato permitirá acompañar la evolución del destino en sus avances y retrocesos de cara a los estados-estándares y a lo largo del tiempo, cumpliendo así, con uno más de los objetivos planteados en esta proposición. En efecto, la capacidad de permitir que

se comparen resultados a lo largo del tiempo, es decir, la evolución del comportamiento de cada factor y a la vez, valorar una condición general del destino, hace del modelo un instrumento de predicción. Para mejor comprensión del movimiento cíclico y permanente de información-decisión-acción del sistema turístico, se propone una interpretación holística de su dinámica, que se sintetiza conforme representada en la siguiente figura:

Figura 1.

Sistema Turístico del Destino



Nota. El esquema representa el sistema turístico del destino, datos *obtenidos* Comp&tenible Model de Mazaro, (2007) y en cuento a la sostenibilidad turística, Aguirre Torres, Gorki (2019), citando a la OMT, indica:

Estos principios se establecen como principios inclusive del turismo sostenible, marcando importancia y relevancia en lo económico, social y ambiental como pilares fundamentales del desarrollo y turismo sostenible:
Artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre

hombres y sociedades. Artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo. Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible. Artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad. Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino. Artículo 6: Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico. Artículo 7: Derecho al turismo. Artículo 8: Libertad de desplazamiento turístico. Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico. Artículo 10: Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo". (Organización Mundial del Turismo, 2018, p.1).

En estas circunstancias, hoy en día los modelos de gestión turística, tienen que estar en concordancia y línea directa con la acción práctica de la sostenibilidad, esta se acopla a la actividad propositiva del modelo de gestión, manejando sus pilares fundamentales como son la economía, sociedad y ambiente, esto quiere decir que mirando el presente y futuro productivo, ningún proyecto turístico tiene que dejar de ser rentable para quien presta el servicio, al mismo tiempo que es atractivo para la acción clientelar del turista, esta sinergia apunta a preservarse en el tiempo y da capacidad de renovación sin destruir el recurso natural y turístico.

METODOLOGÍA

Para los autores Rodríguez y Pérez, (2017) en el método inductivo - deductivo, la inducción y la deducción se complementan mutuamente: mediante la inducción se establecen generalizaciones a partir de lo común en varios casos, luego a partir de esa generalización se deducen varias conclusiones lógicas, que mediante la inducción se traducen en generalizaciones enriquecidas, por lo que forman una unidad dialéctica. De esta manera, el empleo del método inductivo-deductivo tiene muchas potencialidades como método de construcción de

conocimientos en un primer nivel, relacionado con regularidades externas del objeto de investigación.

La recolección de la información de la presente investigación fue trabajada con distintas fuentes documentales, entre las cuales están: artículos de revistas científicas, trabajos de investigación, documentos oficiales de instituciones públicas, libros. Se efectuó un trabajo de campo con un nivel exploratorio, donde se abordarán las siguientes etapas:

- Identificación de las fincas agroturísticas de Milagro en base al catastro turístico del cantón.
- Se realizaron entrevistas, usando preguntas estructuradas, donde en concordancia con Hernandez Sampieri et al. (2014) donde “el entrevistador solicita al entrevistado una lista de conceptos a manera de conjunto o categorías”. También se utilizaron preguntas de contraste, por lo que Hernandez et al. (2014) menciona que: “al entrevistado se le cuestiona sobre similitudes y diferencias respecto a símbolos o tópicos, y se le pide que clasifique símbolos en categorías”.

Donde como herramienta de entrevista, se elaboró una guía con preguntas de tipo antes mencionadas, que permitieron descubrir el grado de conocimiento de los propietarios de las fincas sobre los indicadores del modelo de gestión de turismo gastronómico a proponerse.

En concordancia con las diferentes técnicas de recolección de información se presentará el análisis de los datos cualitativos. Para el análisis del contenido de las entrevistas estructuradas, se organizará la información de tal manera que se puedan construir categorías y subcategorías para poder interpretar utilizando el método fenomenológico descrito por Fuster (2019).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En cuanto a las encuestas corridas In Situ, los resultados se observan de la siguiente manera:

Desde su perspectiva, ¿Cuál es la situación actual del agroturismo en Milagro?

-La situación actual del agroturismo en Milagro radica en que la carencia de intervención y la gestión deficiente de las autoridades del municipio como del Ministerio de Turismo, hace que cada finca este prácticamente sola al momento de implementar sus propias estrategias para promocionarse y comercializar sus productos turísticos.

¿Qué es para usted turismo gastronómico? -El turismo gastronómico es la actividad de desplazarse hacia determinado destino donde se puede degustar gastronomía local, también conocer sobre las costumbres y tradiciones culinarias del destino que se visita.

¿Considera que el turismo gastronómico puede ser una alternativa de ingresos económicos para las fincas agroturísticas de Milagro? -El turismo gastronómico si puede ser una alternativa de ingresos económicos para las fincas, puesto que es necesario estar innovando siempre los productos de las fincas y el turismo gastronómico les brinda esa oportunidad de obtener mejores ingresos, fortaleciendo las experiencias positivas de los turistas.

¿Existe una oferta gastronómica en la finca que administra? -Los entrevistados tienen principalmente entre su oferta gastronómica productos derivados del cacao, caña de azúcar, Flor de Jamaica y gastronomía típica de la Costa Ecuatoriana.

Desde su perspectiva, ¿Cómo ha sido el desempeño mensual económico durante el primer semestre del 2020 de la finca que usted administra? -Durante el primer trimestre del 2020 hasta marzo 15 sus ingresos eran regulares que permitía cubrir los gastos operacionales de las fincas, dejando excedentes económicos moderados. Luego de la declaratoria de emergencia sanitaria por la COVID19, es de conocimiento público el decrecimiento de la economía nacional, principalmente en la industria del turismo.

¿Existe algún plan o estrategias de capacitaciones para colaboradores de su finca que se haya implementado? -Presentaron respuestas negativas a la existencia de un plan de capacitaciones al interior de las fincas, pero si manifestaron que se acogen a las iniciativas aisladas propuestas por el Ministerio de Turismo, Municipio de Milagro y la Prefectura del Guayas.

¿Existen y qué iniciativas considera importantes para fomentar la gastronomía en su finca? -Los entrevistados en su mayoría manifestaron que tienen iniciativas y en lo que concuerdan es que procuran fomentar la adquisición de conocimientos y principalmente experiencias en la elaboración de derivados del cacao y caña de azúcar.

Desde su perspectiva, ¿Considera que las autoridades locales y nacionales han realizado gestiones apropiadas para promover la participación de la finca en negocios turísticos que promuevan la visita de turistas hacia la misma? -Los entrevistados coinciden que las gestiones de las autoridades locales son insuficientes para promover la participación de las fincas en negocios de turismo receptor. 4 de las 5 fincas fueron consideradas por Ferrocarriles del Ecuador para recibir a sus pasajeros mientras la Empresa pública realizó los paseos del Tren de la dulzura.

Desde su visión, ¿Cómo considera usted los niveles de satisfacción de sus visitantes? -Los entrevistados coinciden en haber recibido comentarios buenos y críticas constructivas, cuyo compromiso de las fincas agroturísticas es mejorar los detalles negativos, para que los servicios turísticos y gastronómicos de excelencia a los visitantes.

Desde su criterio, ¿potencializar su oferta gastronómica le permitirá mejorar la competitividad de su finca? -Los propietarios de las fincas por unanimidad están conscientes que potencializar los servicios gastronómicos les brindará un impulso para el desarrollo óptimo de las fincas agroturísticas.

¿Ha realizado correctivos en la finca para mejorar los servicios turísticos? -Los entrevistados manifiestan que han realizado cambios en la infraestructura, servicios turísticos, servicios gastronómicos, porque consideran importante que el constante cambio y mejoramiento permitirá mantener atractivas las fincas para atraer visitas a cada una de ellas.

¿Qué recomendaciones daría para el desarrollo del turismo gastronómico dentro de las fincas agroturísticas de Milagro? -Los entrevistados manifiestan ideas que comprenden entre asociatividad entre fincas, mejorar las condiciones de trabajo de los colaboradores, mesas de trabajo con autoridades, mejoramiento de vías de acceso al cantón y a las fincas, entre otras.

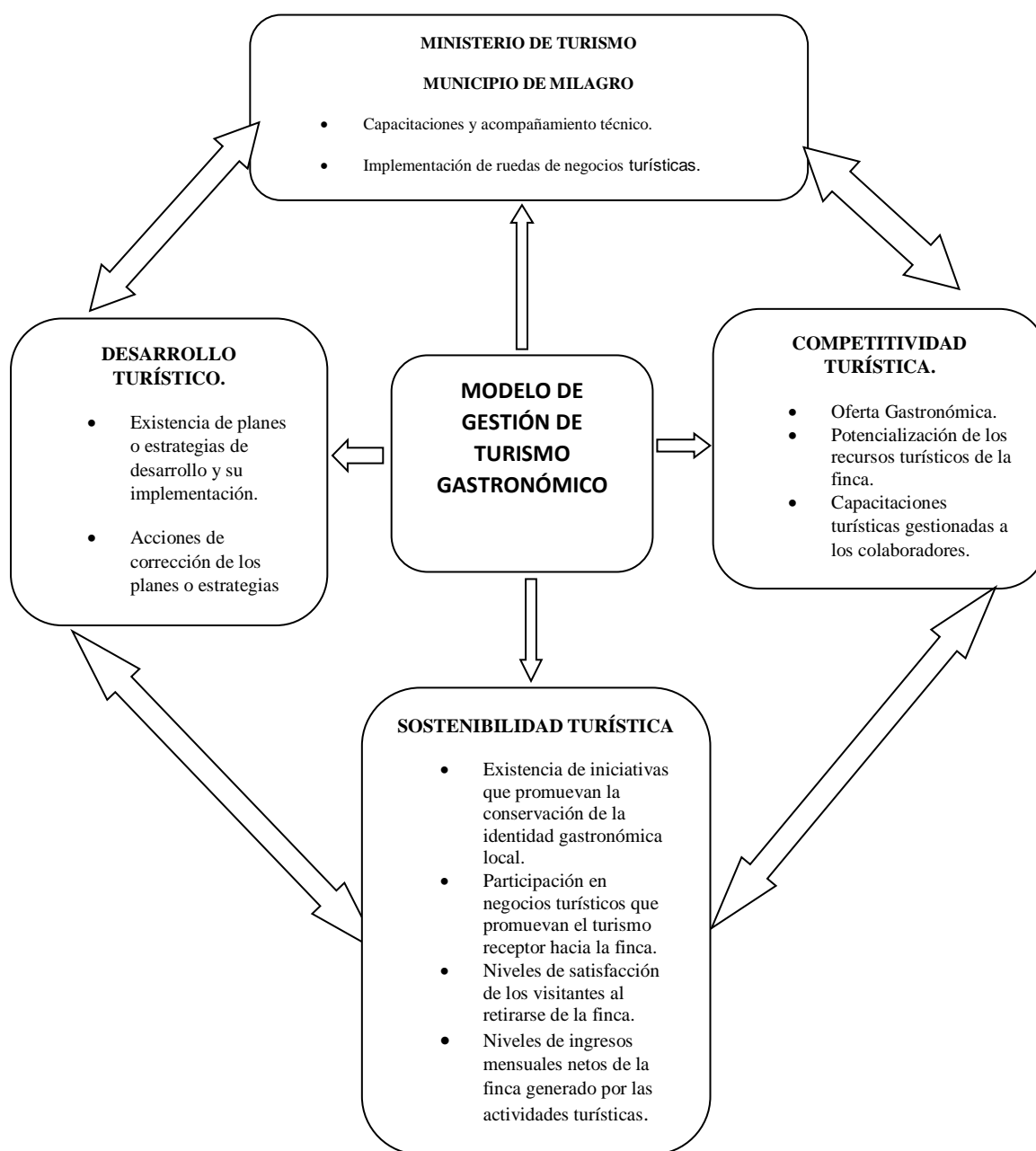
Modelo de Gestión de Turismo Gastronómico aplicado a fincas agroturísticas de Milagro.

El Modelo de Gestión de Turismo Gastronómico debe involucrar a la gobernanza local territorial, siendo que aparte de las Fincas agroturísticas, tiene que intervenir el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro, Prefectura del Guayas, Ministerio de Turismo. Es importante tener en cuenta que el Cantón Milagro ha presentado falencias en su organización turística que han causado desorientación y gestión incompleta en la administración y desempeño de cada una de las fincas.

La presente propuesta señala el diseño de un modelo de gestión de turismo gastronómico compuesto por 3 etapas: **Fase 1.** Realizar un diagnóstico de la situación de las fincas agroturísticas de Milagro, considerando las dificultades, recursos, estrategias aplicadas, estructura jerárquica y la planificación ejecutada. **Fase 2.** Analizar la gestión interna de las fincas agroturísticas considerando la oferta gastronómica, planificación de productos, estrategias de fomento de turismo gastronómico, rentabilidad de las fincas y actividades que vinculen a las autoridades

Figura 2.

Modelo de Gestión de Turismo Gastronómico aplicado a fincas agroturísticas del cantón Milagro



Nota. El esquema representa el modelo de gestión de turismo gastronómico aplicado a fincas agroturísticas del cantón Milagro, datos obtenidos de la investigación (2020).

Locales, Ministerio de Turismo y Prefectura del Guayas. **Fase 3.** Determinar estrategias para: mejoramiento de los productos turísticos gastronómicos de las fincas, potenciar habilidades en la prestación de los servicios turísticos, vincular la gestión de las fincas agroturísticas con los planes de desarrollo turístico de los entes reguladores del turismo en Milagro y a nivel nacional.

CONCLUSIONES

El agroturismo en Milagro deja ver la carencia de intervención y la gestión deficiente de las autoridades del municipio como del Ministerio de Turismo. Esto ha ocasionado que cada finca este prácticamente sola al momento de implementar con errores y aciertos sus propias estrategias para promocionarse y comercializar sus productos turísticos.

Aparece desde el análisis técnico académico la alternativa de un turismo gastronómico pudiendo ser una alternativa de ingresos económicos para las fincas, puesto que es necesario estar innovando siempre los productos de las fincas y el turismo gastronómico les brinda esa oportunidad de obtener mejores ingresos con una oferta competitiva fortaleciendo las experiencias positivas de los turistas.

Dentro del primer trimestre del 2020, entre enero hasta marzo 15 los ingresos económicos de las fincas agroturísticas eran regulares, permitiendo cubrir los gastos operacionales, dejando excedentes económicos moderados. Luego de la declaratoria de emergencia sanitaria por la Pandemia del COVID19, es de conocimiento público el decrecimiento de la economía nacional, viéndose afectada de forma considerable la industria del turismo.



Las gestiones llevadas a cabo por el Municipio de Milagro, Prefectura del Guayas y Ministerio de Turismo no son insuficientes para promover la participación de las fincas en negocios de turismo para la recepción de turistas y visitantes.

Para mejorar la competitividad de las fincas agroturísticas es necesario implementar iniciativas de participación de los turistas en la elaboración de productos gastronómicos in situ, que les permita fortalecer conocimientos, fortalecer las experiencias positivas de los turistas durante su estancia y fomentar la conservación de las costumbres y tradiciones culinarias de la localidad.

La propuesta de un Modelo de Gestión de Turismo Gastronómico dirigida a ser aplicada a las fincas agroturísticas del cantón Milagro, está sumamente fundamentada con criterio técnico, la misma que establece una solución práctica para mejorar la productividad turística en territorio, construida en base a la realidad y necesidades insatisfechas poblacionales del área de influencia.

La propuesta del Modelo de Gestión de Turismo Gastronómico dirigida a ser aplicada a las fincas agroturísticas del cantón Milagro, se torna en un plan piloto que genera expectativa de desarrollo productivo en zonas con características iguales o semejantes que deseen ampliar cobertura, y fortalecer el desarrollo productivo sostenible turístico en sus territorios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

OMT y OEA. (2018). *El Turismo y Los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Buenas Prácticas En Las Américas*. Madrid.

OMT. (2003). *El Turismo Rural En Las Américas y Su Contribución a La Creación de Empleo y a La Conservación Del Patrimonio Rural Tourism in the Americas and Its Contribution to Job Creation*.

López-Guzmán, Tomás, and María Jesús. (2011). "TURISMO, CULTURA Y GASTRONOMÍA. UNA APROXIMACIÓN A LAS RUTAS CULINARIAS."

Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center. (2019). *Guía Para El Desarrollo Del Turismo Gastronómico*.

Ortega, Germán, Enrique Navarro, Alfonso Cerezo, and Enrique Torres. (2020). "Turismo Poscoronavirus, ¿una Oportunidad Para El Poscrecimiento?"

Barroso González, María, and David Flores Ruiz. (2006). "La Competitividad Internacional De Los Destinos Turísticos: Del Enfoque Macroeconómico Al Enfoque Estratégico." *Cuadernos de Turismo* 0(17):7–24.

UNTWO. (2012). "Global Report on Food Tourism."

Vacas San Miguel, Teresa. (2017). "Hacia Un Turismo Gastronómico Sostenible En Segovia. Propuesta Comunicativa Para Avanzar En La Gobernanza y Nuevos Productos Turísticos."

Cuevas, María, Marcos Pérez, and Enrique Pecero. (2018). "PRESERVACIÓN DE LA HERENCIA CULTURAL A TRAVÉS DEL TURISMO GASTRONÓMICO." 177–89.

Barrera, Ernesto, and -Olivia Bringas Alvarado. (2008). "Las Rutas Alimentarias: Una Arquitectura Turística Basada En La Identidad de Los Alimentos." *Gastronomic Sciences*.



- Schlüter, R., and D. Thiel Ellul. (2009). "Gastronomía y Turismo En Argentina. Polo Gastronómico Tomás Jofré." *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 7(3):249.
- Mazaro, Rosana Mara. (2007). "La Sustentable Levedad Del Visitar: Modelo de Evaluación de Competitividad y Sostenibilidad Estratégica de Destinos Turísticos."
- Rodríguez, Andrés, and Alipio Pérez. (2017). "Métodos Científicos de Indagación y de Construcción Del Conocimiento." *Revista EAN* (82):179–200.
- Hernandez Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado, and Maria del Pilar Baptista Lucio. (2014). *Metodología de La Investigación*.
- Fuster, Doris. (2019). "Investigación Cualitativa: Método Fenomenológico Hermenéutico." *Propósitos y Representaciones* 7(1):201–29