UN Tourism



Buenas prácticas en el desarrollo del turismo gastronómico

Un informe conjunto de ONU Turismo y Basque Culinary Center (BCC)

Foto: Mercado diario en la Plaza del Mercado de la Cole Zelny trh - Brno, República Checa. © Diego Grandi

ONU Turismo define el turismo gastronómico como una actividad turística en la que la experiencia del visitante está vinculada con la comida y los productos y actividades relacionados durante el viaje. Además de experiencias culinarias auténticas, tradicionales o innovadoras, puede incluir visitas a productores locales, festivales gastronómicos y clases de cocina.

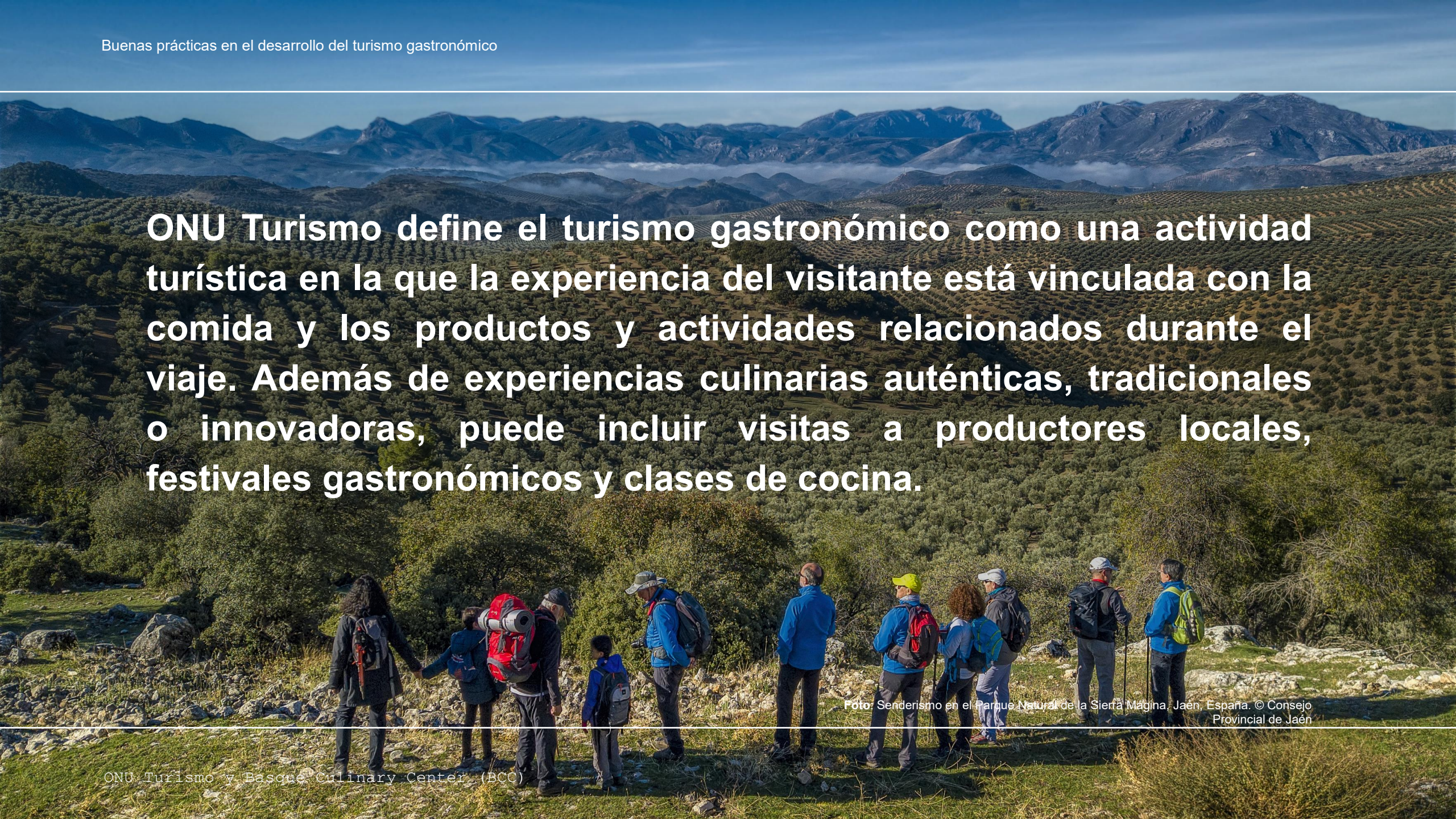


Foto: Senderismo en el Parque Natural de la Sierra Mágina, Jaén, España. © Consejo Provincial de Jaén

La gastronomía ya no es un producto de nicho...

81%
De los viajeros quieren probar comida local.

79%
Quieren explorar nuevas experiencias culinarias.

37%
Planificarían un viaje para visitar un restaurante concreto.

Fuentes: American Express Travel (2023); Expedia (2025).

A medida que la gastronomía se convierte en un motor estratégico de la competitividad turística, los destinos necesitan políticas claras, una gobernanza sólida y una planificación a largo plazo.



Foto: Visitantes disfrutando de pintxos vascos tradicionales en San Sebastián, País Vasco, España. © Fotoimagen5

El trabajo de ONU Turismo en turismo gastronómico

Investigación y conocimiento:

Generar evidencia, recomendaciones políticas y conocimientos prácticos para apoyar el desarrollo del turismo gastronómico.

Orientación estratégica para destinos:

Proporcionar marcos y herramientas prácticas que ayuden a los destinos a planificar, gestionar y desarrollar el turismo gastronómico de forma sostenible.

Formación y desarrollo de capacidades:

Desarrollar los conocimientos y habilidades de los actores turísticos mediante programas de aprendizaje y asistencia técnica.

Alianzas e Intercambio de Conocimientos:

Promover el turismo gastronómico a nivel global mediante el diálogo internacional, asociaciones estratégicas, intercambio de conocimientos y buenas prácticas, y la organización de eventos internacionales emblemáticos sobre turismo gastronómico.



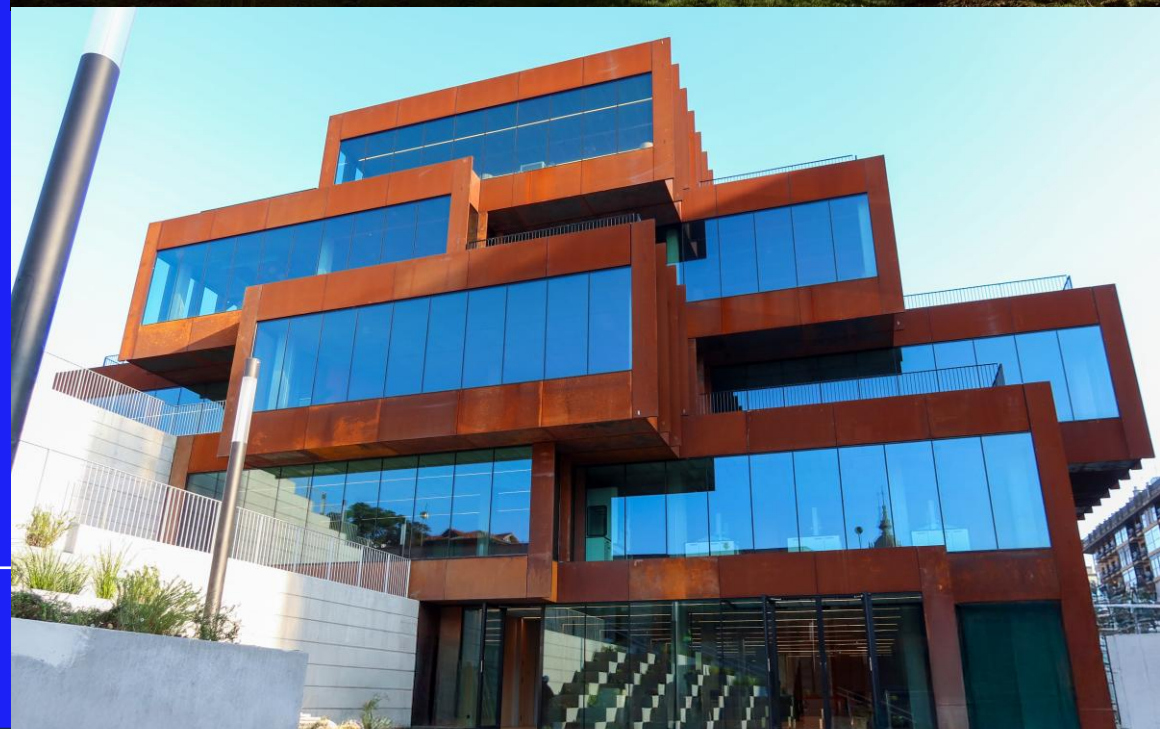
Foto: 9.º Foro Mundial de ONU Turismo sobre Turismo Gastronómico, Baréin (2024) © ONU Turismo

Colaboración ONU Turismo–BCC

Basque Culinary Center es un ecosistema único en el que la educación, la innovación, la investigación y el emprendimiento convergen para impulsar la gastronomía.

Desde 2015, ONU Turismo y Basque Culinary Center colaboran para promover el turismo gastronómico como motor del desarrollo sostenible mediante el conocimiento, la innovación, la educación, el emprendimiento y el desarrollo de destinos.





Guía para el desarrollo del turismo gastronómico (2019)

Objetivo: Proporcionar a los destinos un marco práctico para planificar, desarrollar y gestionar el turismo gastronómico.

Diseñado para Administraciones Nacionales de Turismo (NTAs), Organizaciones Nacionales de Turismo (NTO) y Organizaciones de Gestión de Destinos (DMOs).

La guía ofrece orientación sobre:

- Planificación y gestión del destino
- Gobernanza y colaboración entre partes interesadas
- Desarrollo de productos e integración de la cadena de valor
- Fortalecimiento de capacidades y desarrollo de habilidades
- Marca de destino, marketing y competitividad
- Supervisión, evaluación y sostenibilidad

Acceso a la publicación



Buenas prácticas en el desarrollo del turismo gastronómico (2026)

Objetivo: Mostrar cómo los destinos de todo el mundo están implementando la Guía mediante estudios de caso concretos, identificando factores de éxito y lecciones aprendidas para apoyar el turismo gastronómico como motor del desarrollo sostenible.

Estudios de caso de destinos:

- Brasil
- Canadá
- Brno - Moravia del Sur (República Checa)
- Chile
- Quintana Roo (México)
- Eslovenia
- País Vasco (España)
- España

Acceso a la publicación



Brasil

Programa Nacional de Turismo Gastronômico – Gosto Pelo Brasil (2022)

- Lanzado en 2022
- Liderado por el Ministerio de Turismo de Brasil
- Posicionar a Brasil como un destino turístico gastronómico sostenible, innovador y competitivo



Iniciativas clave:

- Plan de Acción del Programa Nacional de Turismo Gastronómico (2023–2030)
- Creación de la Red Nacional de Turismo Gastronómico
- Mapeo de rutas gastronómicas, productos y experiencias
- Programas de formación para gestores turísticos y partes interesadas en la cadena de valor
- Inteligencia de mercado, investigación y orientación técnica para destinos
- Promoción a través de eventos, viajes de prensa, campañas internacionales y colaboraciones

Resultados clave:

- Desarrollado el Plan de Acción y el manual de orientación técnica
- Portafolio de rutas gastronómicas, experiencias y festivales creados
- Más de 240 gestores de turismo formados en todo el país
- Lanzamiento del Boletín de Inteligencia de Mercado
- Colaboración más fuerte entre instituciones públicas, destinos y el sector privado
- Mayor competitividad y visibilidad de Brasil como destino gastronómico.



Publicación relacionada:

Plan de Acción para el Turismo Gastronómico 2023–2030, incluido en el Programa Nacional de Turismo Gastronómico — Ministerio de Turismo.

Canadá

National Culinary & Agritourism Action Plan (2024)

- Estrategia nacional (2025–2028, con visión para 2030)
- Liderado por la Culinary Tourism Alliance (CTA)
- Posicionar a Canadá como destino culinario de referencia mediante la colaboración, sistemas alimentarios sostenibles y experiencias auténticas.



Iniciativas clave:

- Plan de Acción elaborado con amplia consulta a los actores de la cadena de valor agroalimentaria, comunidades indígenas, representantes gubernamentales y organizaciones turísticas.
- Certificación Feast On® para promover el abastecimiento local y los negocios sostenibles
- Desarrollo de productos, rutas y experiencias culinarias y agroturísticas;
- Formación e investigación para fortalecer el sector
- Campañas nacionales; *Great Taste of Canada;* programa de certificación nacional; *Taste of Place*
- Alianzas con comunidades indígenas, destinos y actores del sector

Resultados clave:

- Lanzamiento oficial del Plan Nacional de Acción en 2025
- 160 empresas Feast On® certificadas en Ontario; 27 nuevas
- Más de 250 partes interesadas participaron en la estrategia nacional
- 5,5 millones de impresiones en redes sociales
- Eventos Feast On® con el 100 % de los residuos desviados de vertedero

Contribución a los ODS:



Publicación relacionada:

Plan Nacional de Acción de Agroturismo y Turismo Culinario (National Culinary & Agritourism Action Plan), 2025-2028, Alianza de Turismo Culinario

Chile

Hoja de Ruta de la Experiencia Gastronómica en Turismo (2024)

- Hoja de ruta nacional (2024 – 2030)
- Liderado por la Subsecretaría de Turismo
- Posicionar a Chile como un destino líder en gastronomía en Sudamérica fortaleciendo el patrimonio culinario, la identidad territorial y el desarrollo turístico sostenible.



Iniciativas clave:

- Plan de difusión y promoción de la experiencia gastronómica en turismo
- Promoción del uso de recetas e ingredientes locales
- Alianza Sudamericana por el Turismo Gastronómico
- Gobernanza nacional y articulación público-privada
- Comité público normativo y apoyo a la formalización del sector
- Desarrollo sustentable y economía circular
- Patrimonio alimentario e ingredientes locales para el turismo
- Creación y transformación de experiencias de turismo gastronómico
- Formación para la identidad gastronómica
- Profesionalización y desarrollo de capacidades

Resultados clave:

- Lanzamiento de la Hoja de Ruta de la Experiencia Gastronómica en Turismo 2024–2030.
- Mayor articulación y cooperación entre los actores de la cadena de valor.
- Promoción de la gastronomía chilena y generación de demanda nacional e internacional.
- Impulso a la sostenibilidad, la innovación y la economía circular en el sector.
- Formación y profesionalización vinculadas al patrimonio gastronómico y las identidades territoriales.

Contribución a los ODS:



Publicación relacionada:

Hoja de Ruta 2024–2030, Subsecretaría de Turismo de Chile

Eslovenia

Taste Slovenia

- Estrategia nacional de turismo gastronómico (2019–2023)
- Dirigido por la Oficina de Turismo de Eslovenia (STB)
- Posicionar a Eslovenia como destino gastronómico boutique mediante la sostenibilidad, la calidad, la innovación y las experiencias locales auténticas.



Iniciativas clave:

- Plan de Acción para el turismo gastronómico (2019–2023)
- Estándares de calidad, higiene y categorización de establecimientos, junto con la eliminación de barreras administrativas.
- Posicionamiento internacional mediante Michelin, Gault & Millau y The World's 50 Best.
- Desarrollo de la Pirámide Gastronómica, Taste Slovenia, Gostilna Slovenija y la Región Europea de la Gastronomía.
- Educación, formación e intercambio internacional de chefs, junto con el desarrollo de capacidades del sector.
- Estrategia de posicionamiento y comunicación y promoción de la gastronomía eslovena a nivel nacional e internacional.

Resultados clave:

- Actualización de la Pirámide Gastronómica y desarrollo de nuevas experiencias gastronómicas.
- Incorporación de Slovenia Green Cuisine al Plan Verde del Turismo Esloveno.
- Implantación de las guías Michelin y Gault & Millau y mayor reconocimiento internacional.
- Revitalización de la marca Gostilna Slovenija y desarrollo de nuevas marcas y productos gastronómicos.
- Avances en sostenibilidad, incluyendo iniciativas para reducir el desperdicio de alimentos.

Contribución a los ODS:



Publicación relacionada:

Strategija Razvoja Gastronomije Slovenije, Oficina de Turismo de Eslovenia (STB) disponible en: https://www.slovenia.info/en/business/innovative-projects/research-of-tourist-products

País Vasco (España)

Carta de Valores de la Gastronomía de Euskadi (2023)

- Iniciativa regional de turismo gastronómico
- Dirigido por Basquetour (Agencia de Turismo Vasca)
- Posiciona al País Vasco como un destino líder en gastronomía a través de la ética, la sostenibilidad, la colaboración y el auténtico patrimonio culinario.



Iniciativas clave:

- Carta de Valores de Euskadi Gastronomika: 22 principios agrupados en 8 valores, inspirados en el Código Ético del Turismo de Euskadi.
- Red colaborativa de casi 600 empresas y socios
- Plataforma digital para membresías, viajes y experiencias
- Formación con Basque Culinary Center
- Seguimiento de reputación a través del Índice de Reputación Online (IRON)
- Promoción mediante eventos, campañas y colaboración público-privada

Resultados clave:

- Casi 600 empresas comprometidas con la sostenibilidad y la calidad
- Mayor cooperación entre turismo, hostelería, productores y destinos
- Más experiencias culturales, también fuera de los restaurantes
- Mayor visibilidad digital de Euskadi Gastronomika
- Más prácticas turísticas éticas, sostenibles y arraigadas en el territorio

Contribución a los ODS:



Publicación relacionada:

Carta de Valores Euskadi Gastronomika: Código de Ética del Turismo Gastronómico Vasco, Basquetour

España

Plan Turístico Nacional de Enogastronomía 2022–2023

- Estrategia nacional de enogastronomía (2022–2025)
- Presentado por Ministerio de Industria, Comercio y Turismo
- Fortalecer la posición de España como destino gastronómico mediante la sostenibilidad, la innovación, la digitalización y el desarrollo territorial.



Iniciativas clave:

- Plan Nacional de Enogastronomía (2022–2025)
- Financiación de destinos gastronómicos y vinícolas sostenibles
- Desarrollo de experiencias gastronómicas y de enoturismo de alta calidad
- Promoción a través de Spain.info, Turespaña y eventos internacionales
- Formación en competencias digitales, sostenibilidad e inteligencia de mercado
- Colaboración con comunidades autónomas, Rutas del Vino de España y Saborea España

Resultados clave:

- 68,6 millones de euros invertidos en sostenibilidad, experiencias y promoción
- Más de 42 propuestas en los Planes de Sostenibilidad Turística
- Mayor promoción en Spain.info y campañas internacionales
- Más cooperación entre actores nacionales, regionales y locales
- Mayor foco en experiencias inteligentes, sostenibles y digitales

Contribución a los ODS:



Publicación relacionada:

Plan Nacional de Enogastronomía (2022–2025), Ministerio de Industria y Turismo de España

Quintana Roo (México)

Estrategia de Fomento a la Gastronomía en Quintana Roo

- Estrategia regional (2021–2030)
- Liderado por la Secretaría de Turismo
- Posicionar a Quintana Roo como un destino líder en gastronomía fortaleciendo la identidad culinaria, las cadenas de valor locales y el turismo sostenible.



Iniciativas clave:

- Estrategia de promoción gastronómica desarrollada a través de un comité multiactor
- Festival Gastronómico del Caribe Mexicano, que muestra la cocina local en 12 destinos
- Biblioteca Gastronómica Digital y micrositio promocional
- Fortalecimiento de los vínculos entre productores locales, chefs y empresas turísticas
- Formación, innovación y certificación de calidad para empresas gastronómicas
- Promoción de prácticas sostenibles, obtención local y patrimonio alimentario.

Resultados clave:

- Implementación de la Estrategia de Fomento a la Gastronomía 2021–2030.
- Tres ediciones del Festival Gastronómico del Caribe Mexicano, con más de 13.000 participantes.
- Lanzamiento de la Biblioteca Gastronómica Digital y de la publicación *Sabores y Raíces*.
- Mayor articulación entre los actores de la cadena de valor gastronómica.
- Reconocimiento de la gastronomía como segmento estratégico del turismo en la Ley de Turismo de Quintana Roo.

Contribución a los ODS:



Publicación relacionada:

Estrategia de Fomento a la Gastronomía en Quintana Roo 2021–2030, Secretaría de Turismo de Quintana Roo

Brno (República Checa)

SlowFood-CE: Culture, Heritage, Identity and Food (2017–2020)

- Proyecto Interreg CENTRAL EUROPE
- Liderado por Slow Food
- Promover el patrimonio culinario de Moravia del Sur a través de la educación alimentaria, el turismo sostenible y la cooperación en cinco ciudades de Europa Central.



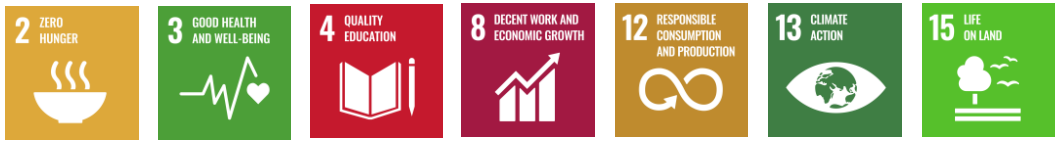
Iniciativas clave:

- Creación de la Red Food Paths que conecta cinco destinos europeos con una estrategia común
- Programas de educación alimentaria para escuelas, familias y comunidades locales
- Cartografía y promoción de productores locales y patrimonio alimentario regional
- Mercados de agricultores, talleres de cocina y eventos de cata
- Recursos educativos, como el Libro de Viajes de Brno y Tastes of Four Seasons
- Colaboración entre turismo, educación, productores y autoridades locales.

Resultados clave:

- Metodología compartida para identificar y promover el patrimonio alimentario
- Catálogo de agricultores y productos de Moravia del Sur
- Mayor concienciación sobre gastronomía regional y biodiversidad
- Participación de escuelas, productores y comunidades
- Mayor visibilidad de Moravia del Sur como destino gastronómico sostenible

Contribución a los ODS:



Publicación relacionada:

Europa Central, Interreg Europa Central SlowFood-CE

Factores comunes de éxito en los ocho destinos

Gobernanza y colaboración

- Gobernanza participativa
- Colaboraciones público-privadas
- Gastronomía integrada en la política turística
- Colaboración intersectorial

Sostenibilidad y desarrollo local

- Apoyo a productores locales y circuitos cortos
- Sostenibilidad medioambiental, social y económica
- Protección del patrimonio culinario
- ODS integrados en las estrategias de destino

Innovación y competitividad

- Formación y desarrollo de capacidades
- Normas de calidad y certificación
- Innovación y transformación digital
- Experiencias gastronómicas diversificadas

Promoción y posicionamiento

- Fuerte marca de destino
- Promoción nacional e internacional
- Marketing digital y visibilidad online
- Eventos y narración para visitantes y comercio

Puntos clave

- El turismo gastronómico ya no es un producto de nicho, sino un motor estratégico para el desarrollo de destinos.
- La planificación a largo plazo, la gobernanza eficaz y la colaboración en la cadena de valor son esenciales para maximizar sus beneficios económicos, sociales y medioambientales.
- Cuando se integra en la planificación de destinos, el turismo gastronómico puede desbloquear oportunidades para las comunidades rurales y costeras, ayudando a distribuir los beneficios turísticos de forma más equitativa y a fortalecer la competitividad, el bienestar comunitario y el desarrollo sostenible.
- El futuro del turismo gastronómico reside en la colaboración, la innovación y el intercambio de conocimientos.
- Juntos, podemos aprovechar el turismo gastronómico para crear destinos más sostenibles, resilientes e inclusivos.



Gracias

Para más información, contacte con: gastronomyforum@unwto.org

UN Tourism