



Ciudades Iberoamericanas

Revista de la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI)

Nº. 38 | Turismo gastronómico | Octubre 2024



Unión de Ciudades
Capitales Iberoamericanas

União das Cidades
Capitais Ibero-americanas



Ano UCCI
da Língua
Portuguesa



Ciudades Iberoamericanas

Revista de la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI)

Nº. 38 | Turismo gastronómico | Octubre 2024



Unión de Ciudades
Capitales Iberoamericanas

União das Cidades
Capitais Ibero-americanas



Ano UCCI
da Língua
Portuguesa

Ciudades Iberoamericanas, N.º 38

Octubre de 2024

Revista de la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI)

Edita:

© Secretaría General de la UCCI
C/ Montalbán, 1 – 2ª planta
28014 · Madrid, España
Tel.: +34 91 588 96 93
ucci@ciudadesiberoamericanas.org
www.ciudadesiberoamericanas.org

Secretaría General:

Almudena Maíllo del Valle

Dirección:

Luciana Binaghi Getar

Coordinación:

Luciana Binaghi Getar
Adriana Rey Villaverde

Con la colaboración de:

Equipo Secretaría General UCCI – Madrid

Fotografías de cubierta:

- © elBulliFoundation. Pepo Segura (Imagen de Ferrán Adrià)
- © Álvaro Fernández (Imagen de Restaurante Aponiente de Ángel León)
- © Silvia Martínez (Imagen de Henrique Sá Pessoa)
- © Martín Piccinati (Imágenes de Narda Lepes y Restaurante Kōnā)
- © Angelo Dal Bó (Imagen de Restaurante Refettorio Gastromotiva de David Hertz)
- © Juan Pablo Gutiérrez (Imagen de Leonor Espinosa)
- © Restaurante Gustu (Imagen cortesía de Marsia Taha)
- © Daniel Silva (Imagen de Pedro Miguel Schiaffino)
- © Eduardo Aguirre (Imagen de Restaurante Contramar de Gabriela Cámara)
- © Gonzalo Picón (Imagen de Restaurante Maito de Mario Castrellón)
- © Ernesto Ríos (Imagen de Chef Tita)

Diseño y maquetación:

Capricornia

Depósito legal:

M-6438-2017

Con la colaboración de:



MADRID

Índice

Presentación

- Almudena Maíllo. Secretaria General de la UCCI04

Firmas invitadas

- *Descubriendo Iberoamérica a través de la gastronomía.* Rafael Ansón 06
- *Retos y oportunidades para el turismo gastronómico en España.* Luis Suárez de Lezo 10
- *El mundo desde la cocina.* Pía Salazar12
- Los ingredientes de la gastronomía social. Pablo Llano 15

Turismo gastronómico

- *La importancia del sector gastronómico para el Ayuntamiento de Madrid.* José F. Herrera 18
- *El turismo gastronómico. Una oportunidad de desarrollo para los territorios.* Sandra Carvão21
- *Educación Alimentaria Infantil: la base para un futuro saludable y sostenible.* Xanty Elías 24
- *Binómico, la gran cumbre de la gastronomía iberoamericana.* Alberto de Paz 26
- *De la tierra al plato: el Turismo Gastronómico como eje de transformación en Iberoamérica.* Luciana Binaghi Getar 30
- *Gastrocooperación entre ciudades iberoamericanas.* Lázaro I. Rodríguez32
- *Análisis del sector en las ciudades UCCI* 35

Sabores lusófonos

- *Lisboa* 58
- *Brasilia*62
- *Río de Janeiro* 65
- *São Paulo*67

Iberoamérica en la mesa: entrevistas con sus protagonistas

Península Ibérica

- Ferrán Adrià. Barcelona 70
- Ángel León. Cádiz74
- Henrique Sá Pessoa. Lisboa78

Cono Sur

- Narda Lepas. Buenos Aires82
- David Hertz. São Paulo86

Zona Andina

- Leonor Espinosa. Bogotá89
- Marsia Taha. La Paz92
- Pedro Miguel Schiaffino. Lima 95

Centroamérica, México y El Caribe

- Gabriela Cámara. Ciudad de México99
- Mario Castrellón. Ciudad de Panamá 102
- Chef Tita. Santo Domingo 106

- Delicias de las ciudades UCCI 110



Presentación

Almudena Maíllo

Secretaria General de la UCCI



Queridos amigos y amigas,

Es un honor para mí darles la bienvenida a esta 38ª edición de nuestra revista **Ciudades Iberoamericanas**. En esta ocasión, hemos decidido dedicar nuestras páginas a un tema que no solo nos une como región, sino que también representa una fuente inagotable de riqueza cultural, social, económica y medioambiental: el turismo gastronómico.

El turismo gastronómico es un sector que abarca mucho más que la simple degustación de platos típicos. Es un viaje a través de la historia, las tradiciones y la innovación de nuestros pueblos. Cada bocado cuenta una historia, y cada plato es el resultado de una sinfonía de sabores que han sido transmitidos de generación en generación. En esta edición, nos proponemos visibilizar las 29 cocinas UCCI, sus rutas gastronómicas, el talento de su gente y la calidad de la materia prima iberoamericana. Queremos compartir con ustedes toda la cadena de valor que va desde la tierra al plato, permitiéndonos disfrutar fraternalmente de una misma mesa.

Nuestro objetivo es exponer las distintas visiones de los actores implicados en esta fascinante cadena de valor: cocineros y productores punteros de toda Iberoamérica, responsables públicos, académicos y estudiosos del impacto económico y social del sector en nuestras ciudades. Cada uno de ellos aporta una perspectiva única que enriquece nuestra comprensión del turismo gastronómico y su potencial para promover el desarrollo sostenible.

El turismo gastronómico no solo fomenta el intercambio cultural, sino que también impulsa la economía local, genera empleo y contribuye a la preservación de nuestras tradiciones culinarias. En este sentido, es esencial reconocer y valorar el trabajo de nuestros cocineros y productores, quienes, con su dedicación y creatividad, transforman ingredientes locales en verdaderas

obras de arte culinarias. La calidad de la materia prima iberoamericana es otro de los pilares fundamentales de nuestro éxito, y en esta edición, queremos destacar su importancia y el impacto positivo que tiene en nuestras economías y comunidades.

Además y en el marco del **'Ano UCCI da Língua Portuguesa'**, nos complace anunciar que por primera vez, esta edición de la revista también se publicará en portugués. Esta iniciativa refleja nuestro compromiso con la diversidad lingüística y cultural de nuestra región, y esperamos que nos permita llegar a un público aún más amplio. Brasilia, Lisboa, Río de Janeiro y São Paulo, no son solo parte indispensable de nuestra organización, también lo son de la cocina iberoamericana, aportando una riqueza cultural y culinaria inigualable.

El turismo gastronómico no solo fomenta el intercambio cultural, sino que también impulsa la economía local, genera empleo y contribuye a la preservación de nuestras tradiciones culinarias.

El turismo gastronómico es, sin duda, un motor de desarrollo que fortalece la innovación y las tradiciones como ejes del desarrollo sostenible. Nos invita a redescubrir nuestras raíces y a explorar nuevas posibilidades, siempre con un enfoque respetuoso y responsable hacia nuestro entorno y nuestras comunidades.

En nombre de la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas, les agradezco su interés y su apoyo continuo. Les invito a sumergirse en las páginas de esta edición y a descubrir las maravillas de nuestras cocinas, rutas gastronómicas y el talento de nuestra gente. Que este viaje culinario sea una fuente de inspiración y orgullo para todos nosotros. 🌍



Firmas invitadas

Rafael Ansón

Presidente de la Academia Iberoamericana de Gastronomía

Descubriendo Iberoamérica a través de la gastronomía

Ceremonia de los premios *The World's 50 Best Restaurants 2024*, celebrada en Las Vegas.

En total 17 restaurantes iberoamericanos se clasificaron entre los 50 mejores.

© Camila Almeida



Cuando me han preguntado por la oferta gastronómica global de Iberoamérica, siempre he destacado que es la más diversa, rica e importante del mundo.

El encuentro entre **América y Europa**, entre el «Viejo» y el «Nuevo» Mundo, produjo un irreversible **viaje de ida y vuelta**, un auténtico *big bang* que cambió nuestros usos y costumbres de manera definitiva.

El intercambio que se produjo de alimentos y de conocimientos, permitió descubrir **nuevas técnicas agropecuarias, formas de cocinar los alimentos y sabores hasta ese momento desconocidos**, generando un nuevo recetario para la Península Ibérica (España y Portugal), que luego se trasladaría al resto de Europa, y para todos los países de habla hispana y portuguesa en América.

Desde hace quince años, la **Academia Iberoamericana de Gastronomía** (AIBG), con sus quince academias nacionales, no ha cesado en la tarea de impulsar el **conocimiento y la valoración del patrimonio gastronómico iberoamericano** y de la importancia que supuso ese fenómeno histórico.

Iberoamérica: alimentos de ida y vuelta

La gastronomía de la América precolumbina se enriqueció con la entrada de alimentos como los cereales (el trigo, la cebada, la avena o el arroz), hortalizas como la cebolla o la lechuga, legumbres como las lentejas y los garbanzos, especias como el café o la canela, carnes de vacuno, porcino, ovino y pollo o la caña de azúcar.

Europa recibió cerca de una treintena de ingredientes de un valor incalculable, como la papa (patata), el tomate, el cacahuete (o maní), el pimiento, la vainilla, el cacao, la quinua o el maíz, que han ayudado a calmar hambrunas y a enriquecer las elaboraciones tradicionales, no solo de España sino de

otras naciones. Y otros muchos alimentos como el pavo, la batata, los ajíes, las guindillas o el calabacín, y frutas como la papaya, el níspero, el coco o la piña.

Ese intercambio de ingredientes generó **modificaciones en nuestra alimentación que, aún hoy, perduran**. Por ejemplo, el gazpacho español que hoy conocemos ya se elaboraba antes del encuentro con América, con aceite de oliva, pan, ajo, agua y vinagre, pero sin pimiento y, obviamente, sin tomate.

Es interesante preguntarnos, por citar otros ejemplos, cómo sería nuestra tortilla de patatas sin esos tubérculos; o los tacos de cochinita pibil, si no hubiese llegado el cerdo a América; o los ceviches, sin los cítricos. En definitiva, buena parte de lo que hoy comemos, y de cómo comemos, se explica con ese proceso de encuentro.

Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad

Según la **Unesco**, el **Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad** es un «importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural» y su comprensión «contribuye al **diálogo entre culturas** y promueve el respeto hacia otros modos de vida».

Desde el año 2010, se han incorporado algunos aspectos culinarios a esta lista representativa, reconociendo que la gastronomía es también una manifestación cultural.

Cuando me han preguntado por la oferta gastronómica global de Iberoamérica, siempre he destacado que es la más diversa, rica e importante del mundo.

Ejemplo de ello es la **Dieta Mediterránea**, una de las primeras en entrar en la lista y la demostración de que la gastronomía es cultura, porque no es solo lo que se come, sino cómo se come. La Dieta Mediterránea, elemento fundamental de la identidad de España y de algunos otros países europeos, hace referencia a una serie de alimentos que se consumen localmente y que, en las proporciones adecuadas, la convierten en una de las dietas más saludables del mundo. Pero también se refiere a un conjunto de tradiciones y costumbres, a un modo de cocinar, de comer, de compartir y socializar en torno a la mesa.

Aunque la Dieta Mediterránea no es el único aspecto gastronómico de Iberoamérica que ha entrado en la lista representativa, pues hay otras prácticas y costumbres como la **cocina tradicional mexicana** o el **ceviche peruano**, emblema del país.

Y, dentro de las nuevas propuestas, está la candidatura del **casabe**, un pan fino y crujiente, elaborado a base de yuca, que fue y es la base de la alimentación de los **países de la cuenca del Caribe**. La iniciativa surgió en República Dominicana y ya se han sumado otros países como Cuba, Haití, Venezuela y Honduras.

Triunfo de Iberoamérica en las clasificaciones internacionales

Lo que está claro es que Iberoamérica cuenta con una herencia gastronómica incomparable, fruto de la aportación de diferentes regiones y culturas. Además de ello, en los últimos años, han sido los **restaurantes de alta cocina, y sus chefs**, los que han consolidado a Iberoamérica como un territorio de excelencia a nivel internacional.

Y su **presencia** en los rankings mundiales así lo confirma. En la lista *The World's 50 Best Restaurants 2024*, 17 restaurantes iberoamericanos se clasificaron entre los 50 mejores. En concreto: cinco españoles, tres peruanos, tres mexicanos, dos

brasileños, un argentino, un colombiano, un chileno y un portugués.

El primer puesto lo ocupa el restaurante español **Disfrutar**, del trío de chefs Oriol Castro, Eduard Xatruch y Mateu Casañas. La segunda y cuarta posición son también para los españoles **Etxebarri** y **Diverxo**; seguidos del peruano **Maido** (5); el mexicano **Quintonil** (7); el argentino **Don Julio** (10); el español **Quique Dacosta** (14); y el peruano **Kjolle** (16).

Le siguen el colombiano **El Chato** (25); el brasileño **A Casa do Porco** (27); el español **Elkano** (28); el chileno **Boragó** (29); el portugués **Belcanto** (31); los mexicanos **Pujol** (33) y **Rosetta** (34); el brasileño **Oteque** (37); y el peruano **Mayta** (41).

Vinos, cócteles y destilados

Y no hay que olvidar la **parte líquida**, un elemento esencial de la comida y de la cultura gastronómica. Con las **vides** que España llevó a América (y que se plantaron en el cono sur de aquellas tierras), en **Chile y Perú se empezó a elaborar el pisco**, un aguardiente de exquisito sabor que es la base del famoso cóctel **pisco sour**.

Los mejores rones del mundo se generan en el Caribe, a partir de la **caña de azúcar** que llegó a América desde las Islas Canarias, asentándose en República Dominicana gracias a las condiciones favorables del terreno y el clima. Con el ron, se han elaborado cócteles tan conocidos como el **mojito** o el **daiquiri**.

En México se producen los mejores **mezcales**, incluyendo el tequila, base de muchos combinados como la **margarita**. Y hay otros cócteles de fama internacional que son también de **origen iberoamericano**, como la **caipirinha**, de Brasil, o el cuba libre.

Asimismo, **Iberoamérica también ha ido ganando fuerza en producción y consumo de vino** en los últimos años,





principalmente en países como Argentina, Brasil, Chile, México, Portugal y, por supuesto, España. Incluso en Uruguay, que ha sido sede, este año, de la I Cumbre Global de Enoturismo Responsable, organizada por la Organización Mundial del Enoturismo (OMET).

Iberoamérica y la Nueva Gastronomía

Pero quizá una de las cosas más importantes y que hay que destacar es la evolución que ha experimentado la **Nueva Gastronomía**, poniéndose de relieve que la alimentación debe ser, además de **satisfactoria, saludable, solidaria y sostenible**.

Lo que supone una visión global y transversal, que abarca a los cuatro eslabones de la **cadena alimentaria**: la

producción agroalimentaria (el primer eslabón), seguido de la **industria**, la **distribución** y el comercio y la **restauración**.

Y en esa Nueva Gastronomía, **Iberoamérica está teniendo un papel protagonista** al ser, sin duda, la zona del mundo donde se generan más y mejores alimentos. 🌐

Lo que está claro es que Iberoamérica cuenta con una herencia gastronómica incomparable, fruto de la aportación de diferentes regiones y culturas.

Firmas invitadas

Luis Suárez de Lezo

Presidente de la Real Academia de Gastronomía de España

Retos y oportunidades para el turismo gastronómico en España

De acuerdo con Turespaña, la gastronomía es el área de mayor interés para cualquiera de los perfiles de viajeros que visitan España. No se me ocurre mejor frase para arrancar estas líneas, pues responde de una manera concisa e irrefutable al titular que las encabeza. ¿Retos y oportunidades? Todos los que imaginemos.

Contamos con lo más importante, el interés del viajero, quien señala la gastronomía española como su principal motivación. Eso nos coloca ante un lienzo en el que, combinando excelencia y creatividad, podemos dibujar miles de desafíos. Desafíos que traspasan el mero hecho de alimentarnos, porque cuando hablamos de gastronomía lo hacemos también de cultura, patrimonio o identidad. De economía, sociedad o medioambiente.

Ahora bien, ¿cómo detectar esas nuevas oportunidades? Analicemos nuestras fortalezas. Para empezar, la oferta gastronómica española conecta con todos los gustos y, muy importante, con todos los bolsillos. Tenemos una grandísima variedad a todos los niveles, desde grandes restaurantes con estrellas Michelin hasta menús del día y casas de comida

tradicionales. Esto nos permite trabajar en la captación de todos los segmentos. No me cabe ninguna duda de que cada tipo de viajero pueda encontrar una opción que cubra sus necesidades.

Por otro lado, y enlazando con el punto anterior, es interesante hablar de la capacidad de adecuación. Cada viajero lleva en su maleta unos gustos y un presupuesto, pero también unas circunstancias. **Hay muchos tipos de viajeros y nuestro desafío como anfitriones es que todos y cada uno de ellos encuentren su lugar.** Un profesional que viaja por negocios, una familia que vienen a conocer a parientes españoles, pasando por aficionados al fútbol o apasionados de la cultura. Todos ellos necesitan alimentarse, independientemente del motivo de su viaje, y en España tenemos una oferta adecuada para cada perfil.



Hablemos ahora de identidad que, a mi parecer, es otra de las grandes fortalezas a explorar a la hora de plantear nuevos retos. La gastronomía española está estrechamente ligada a la gastronomía iberoamericana. Y lo está por diferentes razones. En primer lugar, por la gran cantidad de productos de procedencia iberoamericana sin los que no se entenderían muchas de las recetas españolas. En segundo, por el impulso que muchos cocineros iberoamericanos han dado y siguen dando a la gastronomía española a través del lanzamiento de sus propios negocios en España. Este contexto de sinergias facilita que los viajeros puedan sentirse identificados con una gran parte de la oferta gastronómica que encuentran aquí.

A través de la cocina aprendemos cultura, entendemos movimientos socioeconómicos o descubrimos tradiciones. Es pasado y patrimonio; es presente y movimiento. Y así, la gastronomía es también reflejo de la interculturalidad y las influencias. Una reflexión que nos conduce a hablar de variedad. Somos uno de los países con mayor oferta gastronómica internacional, abarcando cocinas de todos los lugares del mundo.

La gastronomía española tiene una gran capacidad para integrar productos y culturas y desde la Real Academia de Gastronomía, lo consideramos un punto clave en el ecosistema actual. Nuestro país ofrece a los viajeros la oportunidad de conocer una gran variedad de cocinas, en un entorno donde además se pueden sentir cómodos porque compartimos lenguaje, hábitos y productos.

Hay un último punto que me gustaría destacar. Y no por reservarlo para el final es menos importante. Más bien lo contrario. Una de las grandes fortalezas de nuestra gastronomía es que tenemos oferta en toda la cadena de valor. Quien viaja a España no solo encuentra restaurantes, sino que puede hacer una inmersión total en nuestra cultura gastronómica.



Experiencias que permiten conocer el producto en sus lugares de origen y de la mano de sus propios productores. Y vivirlo. Ver, por ejemplo, cómo se elabora aceite en una almazara de Jaén, pasear por los viñedos que dibujan el paisaje de La Rioja, o descubrir a qué huele una pequeña queso artesana de Menorca.

Una de las grandes fortalezas de nuestra gastronomía es que tenemos oferta en toda la cadena de valor. Quien viaja a España no solo encuentra restaurantes, sino que puede hacer una inmersión total en nuestra cultura gastronómica.

La gastronomía es el área de mayor interés para cualquiera de los perfiles de viajeros que visitan España, afirmábamos al empezar. Es sencillo entender por qué después de esta reflexión. Se está haciendo un gran trabajo, tenemos una excelente despensa y talento reconocido en todos los foros gastronómicos a nivel internacional. ¿Preparados para seguir sumando retos? No tengo ninguna duda. 🌐

Firmas invitadas

Pía Salazar

Chef del Restaurante Nuema, Quito.
Mejor Pastelera del Mundo 2023

El mundo desde la cocina

Pienso en quienes nos movemos dentro y fuera del país para visitar y aprender de otras cocinas como una forma de fomentar los intercambios culturales, consolidar nuestra identidad nacional y promover un crecimiento económico sostenible.

Fotografías: © Soledad Rosales



Como chef tengo el privilegio de recibir en mi cocina a comensales de todas partes del mundo que vienen a Nuema para descubrir los sabores de Ecuador. A través de estos años, he visto de primera mano cómo el turismo gastronómico genera un enriquecimiento circular, es decir, que beneficia a quienes nos visitan, así como a nuestra comunidad.

Fomentando la cultura y nuestra identidad

En mi cocina, cada plato cuenta una historia y los turistas, tanto internos, como los que nos visitan fuera de Ecuador buscan eso: más que solo una comida. Lo que ellos desean es una inmersión cultural. A través de nuestros productos ancestrales y técnicas tradicionales, podemos ofrecerles un pedazo de nuestra historia y de nuestra biodiversidad. Ver cómo los visitantes se maravillan ante la variedad de ingredientes autóctonos y la riqueza de nuestras preparaciones es un recordatorio constante de la importancia de preservar y celebrar nuestra herencia culinaria.

Cada región de Ecuador tiene su propio repertorio de sabores y técnicas. Desde los mariscos frescos de la costa hasta los tubérculos con sabores intensos de la sierra, cada plato es una expresión de la diversidad cultural de nuestro país. Los turistas que prueban nuestra comida no solo disfrutan de una experiencia sensorial única, sino que también contribuyen a mantener vivas nuestras tradiciones. Este intercambio cultural fortalece el orgullo local y fomenta una mayor cohesión social entre nuestras comunidades.

Beneficio económico a futuro

Creo que el turismo gastronómico trae consigo una serie de beneficios económicos. Cada comensal que visita Nuema está apoyando a un ecosistema más amplio que incluye a pescadores, agricultores y artesanos locales. **Los ingresos**

generados por el turismo gastronómico no solo benefician a los restaurantes, sino que también tienen un efecto multiplicador en la economía local.

Además, la demanda de experiencias culinarias auténticas crea nuevas oportunidades laborales en la industria de la hospitalidad y sectores relacionados. Los jóvenes que antes veían pocas oportunidades en sus comunidades ahora encuentran en la gastronomía una carrera prometedora. Esta creación de empleo es fundamental para el desarrollo sostenible de nuestras regiones. Asimismo, la mejora en infraestructuras turísticas impulsada por esta demanda no solo beneficia a los turistas, sino también a los residentes locales, mejorando su calidad de vida.

He visto de primera mano cómo el turismo gastronómico genera un enriquecimiento circular, es decir, que beneficia a quienes nos visitan, así como nuestra comunidad.

El Ecuador, sobre todo Quito, recibe muchos turistas que quieren conocer nuestras Islas Galápagos. Al impulsar el turismo culinario nos permitiría diversificar nuestra base de turistas, atrayendo a aficionados a la gastronomía de todo el mundo. Esta diversificación es crucial para la resiliencia económica, ya que reduce la dependencia de un único tipo de turismo. Además, puede mitigar la estacionalidad del turismo, atrayendo visitantes durante todo el año y equilibrando la demanda.

Una economía diversificada es más resistente ante crisis globales, como la pandemia de COVID-19. He visto cómo, incluso en tiempos de incertidumbre, el interés por nuestra gastronomía ha continuado atrayendo visitantes, proporcionando una fuente estable de ingresos para nuestras comunidades.



El turismo y la sostenibilidad

En nuestra cocina, nos esforzamos por utilizar ingredientes locales y de temporada. Este enfoque no solo garantiza la frescura y calidad de los platos, sino que también apoya a los productores locales y reduce la huella de carbono. Nosotros trabajamos para promover un consumo responsable y sostenible, algo que es cada vez más valorado por nuestros visitantes.

La promoción de productos locales también impulsa el conocimiento de una agricultura sostenible y ecológica. Es importante para nosotros que los agricultores se sientan incluidos en la cadena de producción, asegurándoles un mercado seguro y valorizado para sus productos. Lo ideal sería que los turistas tengan

la oportunidad de aprender sobre nuestras prácticas agrícolas y la importancia de la sostenibilidad, llevando consigo una mayor conciencia ambiental a sus países de origen.

Desde Nuema, he visto cómo el turismo gastronómico puede ser una fuerza transformadora para nuestro país. **Al valorar y promover nuestra rica y biodiversa gastronomía, no solo estamos generando ingresos significativos, sino también fortaleciendo nuestra identidad cultural y promoviendo un desarrollo sostenible.** Es esencial que sigamos apoyando y desarrollando estrategias adecuadas para maximizar estos beneficios, asegurando que el turismo gastronómico continúe siendo una fuente de orgullo y prosperidad para Ecuador. 🌐



Firmas invitadas

Pablo Llano

Director General de la ONG Cesal

Los ingredientes de la gastronomía social

Un restaurante puede ser un lugar en el que hacer un alto en el día, tener una reunión de negocios, vivir una experiencia culinaria o encontrarnos con amigos y familiares. ¿Qué tiene la cocina para ser motor de tantas cosas como tradición, fusión cultural, experimentación...?

Para la ONG Cesal, la gastronomía es un entorno de oportunidades: para el encuentro, para la búsqueda de un futuro y para la inserción y reinserción. Así nos lo ha descubierto el camino que hemos recorrido con miles de personas que han pasado por nuestras cocinas para aprender, crecer y retomar las riendas de su vida a través del oficio.

Corría el 2010 y muchas personas padecían los efectos de la crisis económica en España, especialmente las pertenecientes a colectivos migrantes con las que veníamos trabajando. La situación nos empujó a buscar una respuesta a su necesidad formativa para lograr un empleo, por lo que entramos en diálogo con el tejido empresarial y pusimos en marcha la formación no reglada en hostelería por las grandes posibilidades de inserción que ofrece el sector.

Diferentes empresas del sector HORECA nos trasladaron la necesidad de personal en puestos menos cualificados frente a la proliferación de perfiles cualificados. Así, comenzamos a realizar cursos de auxiliar de cocina y de servicio en sala ofreciendo las herramientas básicas para saber

enfrentarse al ritmo profesional, atender las necesidades de los oficios y seguir el aprendizaje ya incorporados en los puestos de trabajo.

Uno de los principios metodológicos de nuestra organización es 'hacer con - estar con' y, con esta premisa, desarrollamos nuestro método de aprendizaje consistente en una formación práctica que bautizamos como 'aprender-haciendo'.

Esta favorece que las personas de colectivos en riesgo de exclusión encuentren un atractivo a la formación y, a su vez, potencia la vinculación personal que hace que perseveren. Muchas veces tratamos con colectivos que se han visto excluidos de los sistemas formales por sus casuísticas y no han encontrado una oportunidad para insertarse y, de esta forma, logramos adaptarnos a ellos para que puedan encontrar su ritmo y ser los protagonistas.

Si bien al principio éramos nosotros quienes teníamos que explicar al sector lo importante que era ofrecer esta confianza a personas vulnerables, ahora son las empresas quienes reconocen los resultados de nuestra formación y acuden a Cesal para buscar futuros empleados.

Este reconocimiento del sector es el fruto de más de diez años aprendiendo y dialogando con profesionales para poder satisfacer las necesidades y, a través de alianzas con el tejido empresarial y el sector público, dar una respuesta.

Un ejemplo paradigmático de nuestro trabajo en este ámbito se encuentra en Madrid, donde **desde 2018 gestionamos el Restaurante-Escuela La Quinta Cocina ubicada en el Espacio Abierto Quinta de los Molinos. A través de este espacio del Ayuntamiento de Madrid formamos anualmente a decenas de menores de 23 años en oficios de una manera práctica por la que, desde el primer día, atienden a un público real.** El equipo de formadores se compone de personal de la entidad, pero también de antiguos alumnos que han ocupado el rol de formadores, pudiendo acompañar a otros por el camino que ellos ya han recorrido.

La Quinta Cocina además engloba un programa de actividades formativas diversas como habilidades sociales, clases magistrales, visitas de interés y una atención integral por parte del equipo a las diversas necesidades del alumnado. Compaginamos la formación con una oferta culinaria que incluso ha sido reconocida por el 'Solete Repsol' y con la Mención Restaurante con Mejor Acción Social en los XX Premios Gastronómicos de METRÓPOLI.

La experiencia ha sido tan próspera y hemos obtenido tan buenos resultados a través de la hostelería, que replicamos el modelo de restaurante-escuela, primero en 2021 en el madrileño barrio de Aluche y, en segundo lugar, en 2022 a nivel internacional en San Salvador. Este último fue fruto de una alianza entre nuestra organización y las alcaldías de Madrid y San Salvador en un proyecto ilusionante que

© ONG Cesal



hoy en día sigue dando alternativa a cientos de personas en Centroamérica.

Vivimos un momento en el que no es extraño ir a algún restaurante y encontrarnos con antiguos alumnos, que nos visiten con sus familias a contarnos cómo han prosperado o, incluso, que nos soliciten trabajadores para los restaurantes donde trabajan. Esta retroalimentación nos empuja a seguir adelante y a seguir apoyándonos en un sector tan generoso como el gastronómico.

Por todo esto, seguimos dando pasos en busca de oportunidades laborales para las personas que acompañamos y el siguiente gran proyecto que tenemos entre manos es una nueva apuesta de la mano del Ayuntamiento de Madrid. Hemos remodelado el Mercado de San Cristóbal **para convertirlo en un proyecto pionero: el Mercado Escuela San**

Cristóbal. El primer mercado escuela de Europa.

Esta colaboración público-privada involucra a comercios tradicionales de mercado para la formación en oficios y generar un espacio innovador que reúna a vecindario, empresas y visitantes para disfrutar del espacio, la propuesta gastronómica y el producto. A la vez, al asistir y consumir allí, todo el mundo participa y ayuda en la formación de cientos de personas anualmente, tomando el testigo de una historia de más de una década de gastronomía e integración. 🌐

El equipo de formadores se compone de personal de la entidad, pero también de antiguos alumnos que han ocupado el rol de formadores, pudiendo acompañar a otros por el camino que ellos ya han recorrido.

© ONG Cesal




Turismo gastronómico

José Francisco Herrera Antonaya

Director General de Relaciones Internacionales
Coordinación General de Alcaldía, Ayuntamiento de Madrid

La importancia del sector gastronómico para el Ayuntamiento de Madrid: Un enfoque Integral



Madrid, capital de España, es una ciudad vibrante y cosmopolita conocida por su riqueza cultural, histórica y, por supuesto, gastronómica. El sector gastronómico madrileño no solo es un pilar fundamental de nuestra identidad, sino también un motor esencial de nuestra economía y un elemento esencial para la atracción de turismo.

El restaurante Botín, con cerca de 300 años de historia, es considerado el restaurante más antiguo del mundo en funcionamiento continuo.

© Madrid Destino



El auge que está experimentando Madrid como ciudad atractiva para las personas, las empresas, los grandes eventos y las inversiones de todo el mundo tiene su reflejo en este sector. El Ayuntamiento de Madrid, consciente de su importancia, lo apoya desde una perspectiva integral, desde las cadenas de distribución y venta hasta el conjunto de la hostelería y la restauración madrileñas.

Mercamadrid es el mercado mayorista más grande de España y uno de los más importantes de Europa. Es una sociedad público-privada, en la que el Ayuntamiento de Madrid posee el 51% de las acciones, siendo, por tanto, el principal responsable de su dirección y control estratégico. Con más de 222 hectáreas de superficie, abastece cada día a miles de negocios de hostelería, restauración y comercio minorista. Este gran centro logístico no solo garantiza la frescura y calidad de los productos, sino que también es un importante generador de empleo, con más de 8.000 puestos de trabajo directos y decenas de miles indirectos. Además, facilita el funcionamiento de más de 800 empresas que operan en su recinto, desde mayoristas hasta operadores logísticos y servicios complementarios. Mercamadrid maneja anualmente más de dos millones de toneladas de productos, generando un valor económico significativo para la capital y su región. En la actualidad está haciendo un gran esfuerzo de innovación en ámbitos como la refrigeración, la logística, el mantenimiento, la seguridad, la sostenibilidad medioambiental y la gestión de residuos para alcanzar los máximos estándares de calidad.

Entre la red comercial cobra especial importancia la **red de mercados municipales**, 46 establecimientos propiedad del ayuntamiento en los que operan comerciantes privados en régimen de concesión. Estos mercados son cruciales en la vida de muchos barrios, al garantizar la proximidad y accesibilidad a los productos frescos de calidad, al tiempo que fomentan la economía local al apoyar a pequeños productores y comerciantes. El Ayuntamiento de Madrid

ha impulsado diversas iniciativas para modernizar y revitalizar estos mercados, haciendo de ellos espacios más atractivos y funcionales, y promoviendo la sostenibilidad y la reducción de residuos. En ellos, al igual que en Mercamadrid, se percibe con claridad la diversidad cultural de la ciudad, al haber incorporado multitud de pequeños comercios especializados en productos procedentes de otros países, principalmente latinoamericanos y europeos. Un impacto no menor es que, al fomentar la compra en proximidad se reduce, además, la huella de carbono asociada al transporte de productos, un compromiso importante del gobierno municipal.

Los mercados no solo son lugares de compra, sino también de encuentro social con actividades culturales, talleres, catas y eventos gastronómicos durante todo el año.

Entre los 46 mercados municipales algunos se distinguen por su singular oferta gastronómica que permite consumir a la vez que comprar, como en el Mercado de San Miguel —conocido por su arquitectura histórica y su oferta gourmet—; el Mercado de la Paz, en el distrito de Salamanca; el Mercado de San Antón, en Chueca —combinando puestos tradicionales y tapeo moderno—; el Mercado de Maravillas en Tetuán —con una extensa variedad de productos internacionales a precios competitivos— o el Mercado de Antón Martín, en Lavapiés —conocido por su ambiente multicultural—. Estos mercados no solo son, por tanto, lugares de compra, sino también de encuentro social con actividades culturales, talleres, catas y eventos gastronómicos durante todo el año.

La hostelería en Madrid es un sector dinámico y diverso que incluye desde **bares de tapas hasta restaurantes de alta cocina**. Quienes visitan Madrid reconocen en esta actividad uno de los mayores atractivos de la ciudad. Este sector es fundamental para el turismo, atrayendo a millones de

visitantes cada año. Los bares y restaurantes de Madrid son lugares de encuentro y disfrute para madrileños y visitantes, en los que comenzar una animada conversación mientras se disfruta de vermús, cañas y tapas. Este sector supone por tanto no sólo un gran activo económico, sino un intangible cultural de alto valor para la ciudad. El apoyo del Ayuntamiento fue vital para que muchos de ellos no se vieran obligados a quebrar durante la pandemia.

Entre los restaurantes merecen un lugar destacado dos ámbitos especializados, los **restaurantes centenarios y la alta gastronomía**.

Entre los restaurantes más emblemáticos de Madrid se encuentran los **restaurantes centenarios** como Botín, fundado en 1725 y considerado el restaurante más antiguo del mundo en funcionamiento continuo. Estos establecimientos históricos no solo son testigos de la evolución culinaria de la ciudad, sino también guardianes de tradiciones gastronómicas que se han transmitido de generación en generación. Mantener estos restaurantes en funcionamiento no solo preserva un patrimonio cultural, sino que también refuerza la identidad de Madrid como una ciudad con una rica herencia culinaria. En lugares como Casa Lhardy, Café Gijón, la Casa del Abuelo, Casa Pedro o Malacatín se puede disfrutar de la mejor cocina tradicional española, del cochinillo asado a los huevos estrellados, los callos o la gallina en pepitoria, pasando por el

cocido madrileño, santo y seña de la gastronomía local.


Finalmente, en la última década Madrid también se ha consolidado como un **destino de alta gastronomía**, con 28 restaurantes galardonados con 36 estrellas en la Guía Michelin 2024. Chefs de renombre como Dabiz Muñoz (mejor cocinero mundial según The World Best Chef), Paco Roncero o Mario Sandoval, han llevado la cocina madrileña a niveles de excelencia mundial. Estos establecimientos no solo atraen a turistas gastronómicos de todo el mundo, sino que también contribuyen a la reputación de Madrid como una capital culinaria innovadora y de vanguardia.

La alta gastronomía en Madrid impulsa la economía local a través del turismo de lujo y la creación de empleos altamente especializados. Además, fomenta la colaboración con productores locales, promoviendo la sostenibilidad y la utilización de ingredientes de proximidad, y ha encontrado en el sector hotelero de lujo un aliado esencial. El apoyo del Ayuntamiento a estos restaurantes se manifiesta en la promoción de eventos gastronómicos, en la eliminación de barreras burocráticas para la apertura y funcionamiento de estos negocios, en programas como Madrid Gastronómica o eventos internacionales como **Gastrofestival y Madrid Fusión**.

Este enfoque integral del sector gastronómico tiene un impacto evidente en la calidad de vida, y abarca igualmente **ámbitos transversales** como la formación para el empleo especializado en hostelería y gastronomía, la sostenibilidad, la recuperación y redistribución de alimentos o la promoción internacional. El impulso dado por el Ayuntamiento de Madrid a nuestra gastronomía, junto a la calidad de nuestro transporte público y zonas verdes, la intensa vida cultural y el espíritu afable y acogedor de los madrileños, son esenciales para comprender por qué, en los últimos años, Madrid se ha convertido en una de las ciudades más atractivas del mundo para visitar y para vivir. 🌐

Mercado de San Miguel
© Madrid Destino, Álvaro López





Turismo gastronómico

Sandra Carvão

Directora del Departamento de Inteligencia de Mercados,
Políticas y Competitividad

Organización Mundial de Turismo – ONU Turismo

El turismo gastronómico

Una oportunidad de desarrollo para los territorios

Impulsado por el creciente interés en la cultura culinaria de diversas regiones y por un viajero para el cual el placer de la comida, así como los rituales e imágenes gastronómicas, son parte importante de su estilo de vida, el turismo gastronómico se ha consolidado como un segmento capital dentro del turismo mundial.

Laguna Zancudococha,
Parque Nacional Yasuni, Ecuador

Fotografías: © ONU Turismo

Este concepto abarca toda actividad turística centrada en experiencias vinculadas a la comida y productos locales durante los viajes. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales e innovadoras, incluye visitas a productores, festivales de comida y clases de cocina.

Hablamos así de experiencias que van más allá de las simples experiencias de restauración, abarcando todos los sectores de la cadena de valor alimentaria y turística de un destino. Esto incluye a productores, empresas de procesamiento, el sector de la hospitalidad y el comercio minorista, creando una intersección única entre gastronomía, territorio y turismo. Al promover estas experiencias, el turismo gastronómico abre inmensas posibilidades para crear valor económico, social y cultural. Ofrece oportunidades para crear nuevos empleos y negocios, valorizar el producto y la cultura local, incluyendo en muchas ocasiones la recuperación de saberes y sabores perdidos o en riesgo de desaparecer.

El turismo gastronómico juega un papel crucial en la preservación de las tradiciones ancestrales y el patrimonio cultural, asegurando que estos recursos únicos se conviertan en un legado duradero.

El turismo gastronómico permite además diversificar la oferta turística, destacar los destinos y crear una identidad de marca distintiva, dispersar la demanda en el territorio y en el tiempo, y crear nuevos destinos. Son cada vez más los turistas que visitan un destino con la sola motivación de disfrutar de un restaurante específico o de asistir a un festival gastronómico. Así, el turismo gastronómico fomenta que los viajeros se aventuren más allá de los destinos más conocidos, explorando nuevas regiones para descubrir los productos alimentarios en zonas rurales y su origen.

Esto ayuda a mitigar la estacionalidad en los destinos turísticos y promueve una distribución territorial más equilibrada de los visitantes.

El turismo gastronómico también juega un papel crucial en la preservación de las tradiciones ancestrales y el patrimonio cultural, asegurando que estos recursos únicos se conviertan en un legado duradero que beneficie a las futuras generaciones.

Desde 2015, la ONU Turismo organiza anualmente el Foro Mundial de Turismo Gastronómico en colaboración con el Basque Culinary Center, creando un espacio donde nuestros Estados Miembros, miembros afiliados y expertos del sector se reúnen para discutir el turismo gastronómico y aportar soluciones a los retos del sector. Con el éxito de estos eventos y con el objetivo de progresar cada vez más en el sector, además de nuestro Foro Global que este año se dará cita en Bahrein en noviembre, se celebraron por primera vez ediciones regionales del foro: el Primer Foro de Turismo Gastronómico para Asia y el Pacífico del 26 al 27 de junio de 2024 en Cebú, Filipinas. Asimismo, el Primer Foro de Turismo Gastronómico para África del 26 al 28 de julio en las Cataratas Victoria, Zimbabue.

Desde ONU Turismo, creemos en el rol del turismo gastronómico como una herramienta para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Entre nuestras principales misiones se encuentra la promoción de la sostenibilidad y la economía circular mediante el fomento de prácticas sostenibles en toda la cadena de valor alimentaria y turística, promoviendo la producción local y de temporada, y abogando por modelos de economía circular que minimicen el desperdicio de alimentos y la huella de carbono. Hemos avanzado en esta causa mediante la introducción de la Hoja de Ruta Global para la reducción del desperdicio de alimentos en el turismo, un marco integral que promueve prácticas sostenibles de gestión de alimentos.



El turismo gastronómico también ofrece oportunidades significativas para la inclusión de mujeres, jóvenes y comunidades marginadas en la cadena de valor turística. La participación en actividades relacionadas con la gastronomía puede proporcionar empleo, generar ingresos y fomentar el emprendimiento. ONU Turismo colabora con Estados Miembros, chefs, empresas turísticas, emprendedores y asociaciones para elevar el turismo gastronómico como un recurso valioso para el desarrollo sostenible e inclusivo de destinos.

Además, el turismo gastronómico puede jugar un papel importante en abordar los desafíos derivados de la desconexión entre los consumidores y sus alimentos debido a la industrialización. Debe ser una herramienta para promocionar estilos de vida saludables y un consumo responsable, al mismo tiempo que facilita la conservación del territorio, fomenta la conservación de la biodiversidad y mejora el bienestar de la comunidad, reconectando a las personas con sus fuentes de alimentos.

Abordar los desafíos tecnológicos es otro elemento crucial hacia la búsqueda de soluciones innovadoras para responder a los retos futuros del sector. En este sentido, con las competiciones anuales de *start-ups* de empresas de turismo

gastronómico, ONU Turismo premia cada año a jóvenes emprendedores que trabajan activamente en proyectos innovadores dentro de este sector.

Todo esto solo es posible con modelos de gobernanza transparentes y participativos, y con políticas y estrategias que fomenten la cooperación entre todos los actores de la cadena de valor para asegurar un futuro sostenible para el turismo gastronómico. Todo esto solo será posible con una alianza y un plan estratégico en los destinos, ya sean locales o nacionales, de turismo gastronómico que acerquen a todos los actores. De suma importancia en este marco es la colaboración pública entre administraciones en las áreas de agricultura y turismo.

A través de nuestro trabajo en el turismo gastronómico, invitamos a todos a que se nos unan en la promoción del desarrollo sostenible, la preservación del patrimonio cultural y el empoderamiento de comunidades rurales y la preservación del medioambiente. Con su labor, ONU Turismo no solo busca mejorar la experiencia turística, sino que también contribuye significativamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, creando un impacto positivo duradero en destinos y comunidades de todo el mundo. 🌍

Más información:

<https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>

<https://www.unwto.org/sustainable-development/circular-economy>

Guía de Turismo Gastronómico ONU Turismo / Basque Culinary Center
<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420957>

Alquézar, en la provincia de Huesca (Aragón, España), está acreditado como uno de los pueblos más bonitos del país.



Turismo gastronómico

Xanty Elías

Presidente de la Fundación Prenauta

Educación Alimentaria Infantil: la base para un futuro saludable y sostenible

Es inevitable que los países inviertan en la alimentación de sus ciudadanos, y la mejor forma es hacerlo en los niños, que son los ciudadanos del futuro.

En la era de la automatización y la globalización, la relación que mantenemos con los alimentos y nuestra cultura alimentaria enfrenta desafíos y cambios significativos. Educar a las generaciones futuras en la alimentación consciente es fundamental para asegurar no solo la salud física y mental, sino también para preservar el patrimonio cultural que caracteriza a cada región. La alimentación consciente no solo implica comer de manera que sea saludable para el cuerpo, sino también hacerlo de manera que sea sostenible para el planeta y respetuosa con las culturas alimentarias. Esto promueve una conexión más profunda entre el individuo y los alimentos que consume, fomentando la toma de decisiones más informadas sobre lo que comemos.

En un mundo donde las enfermedades relacionadas con la dieta como la obesidad, la diabetes tipo 2 y las enfermedades cardiovasculares están en aumento, educar sobre los principios de la alimentación consciente podría ser clave para revertir estas tendencias alarmantes. La sostenibilidad es otro componente crítico. Enseñar a los jóvenes cómo sus elecciones alimenticias afectan al medio ambiente puede capacitarlos para tomar decisiones que promuevan la conservación de recursos y la biodiversidad.

Esto es especialmente pertinente en un momento en que el cambio climático y la degradación ambiental amenazan la seguridad alimentaria global. La educación en prácticas sostenibles de alimentación podría ser decisiva para asegurar que futuras generaciones puedan enfrentar y mitigar estos desafíos.

En un mundo que tiende hacia la homogeneización cultural debido a la globalización, es crucial mantener vivas las tradiciones culinarias que definen a cada comunidad. **La alimentación consciente enseña el valor de la diversidad alimentaria y la importancia de preservar las recetas tradicionales y los métodos de cultivo que han sido pasados de generación en generación.** Esta educación no solo enriquece el paladar, sino que también fortalece el sentido de identidad y pertenencia entre los jóvenes.

Mientras avanzamos hacia una mayor automatización, la conexión humana con la naturaleza y los procesos tradicionales de producción de alimentos puede debilitarse. Integrar la educación en alimentación consciente en las escuelas puede servir como un contrapeso vital, promoviendo un entendimiento de cómo



la tecnología puede coexistir con métodos sostenibles y culturalmente enriquecedores de producción y consumo de alimentos.

La tecnología puede usarse para mejorar la eficiencia de las prácticas agrícolas sostenibles o para educar a través de plataformas digitales que conectan a los estudiantes con sus tradiciones culinarias locales de maneras innovadoras.

Para lograr estos objetivos, es imprescindible que los sistemas educativos incorporen currículos que incluyan no solo los aspectos nutricionales de los alimentos, sino también su impacto ambiental y cultural. Esto podría tomar la forma de programas escolares que incluyan visitas a granjas locales, lecciones de cocina tradicional, y proyectos que fomenten la innovación en sostenibilidad alimentaria.

La educación en alimentación consciente ofrece una base sólida para el desarrollo de individuos informados, saludables y culturalmente conectados. En un mundo que cambia rápidamente, es más importante que nunca equipar a las futuras generaciones con el conocimiento y las habilidades necesarias para navegar estos cambios, respetando y preservando los recursos naturales y el rico tejido cultural que nos define. A medida que el tiempo avanza, esta oportunidad se vuelve una obligación y el país que no de un paso adelante, irá tres por detrás y lamentando no haber empezado antes.

Los niños se comen el futuro

El proyecto 'Los niños se comen el futuro', ha dado un paso adelante desde que en el año 2017 visibilizó y resolvió el gran problema de la obesidad infantil, utilizando la gastronomía y la cultura de la dieta mediterránea como vehículo. En paralelo y en los países en vías de desarrollo, dio una salida a generar valor en la sociedad de impacto muy alto en el Producto Interior Bruto (PIB), creando una sociedad más equilibrada, saludable, sostenible y rentable para las vidas de los ciudadanos. Esta acción mereció el premio *Basque Culinary World Prize*, el

© Fundación Prenauta



popularmente conocido como el «Nobel de la gastronomía», que defiende los valores sociales creados a través de la gastronomía, con un impacto mundial y escalable.

'Los niños se comen el futuro' se implanta inicialmente en Andalucía (España). Desde el año 2018 y hasta la actualidad, el proyecto ha permitido formar a más de 2.000 niños en diferentes puntos del mapa, y con un resultado que apunta a una reducción de un 25 % de los problemas de obesidad infantil y otros problemas de salud.

Estos óptimos resultados han supuesto la puesta en marcha de proyectos piloto en Chile y en Colombia, donde a través de la fundación Gastronomía Social, ya se evalúa el impacto de las acciones en diferentes colegios de Santiago y Bogotá. En paralelo, estamos también en conversaciones con Panamá, República Dominicana y México y así poder aplicar el modelo.

Ahora es el momento de subirse al tren que erradique esta «pandemia» y forme a los niños para que el día de mañana sean parte de una sociedad más avanzada. 🌍

En un mundo donde las enfermedades relacionadas con la dieta están en aumento, educar sobre los principios de la alimentación consciente podría ser clave para revertir estas tendencias alarmantes.



Turismo gastronómico

Alberto de Paz

Director de Binómico

Binómico, la gran cumbre de la gastronomía iberoamericana

El encuentro anual que pone de manifiesto la importancia de la gastronomía como atractivo turístico y transmisora cultural de la Región.

Fotografías: Enfoque comunicación



Los datos hablan por sí solos. El turismo gastronómico se encuentra en pleno auge y es una realidad que la gastronomía es de los principales factores de decisión a la hora de elegir un destino. Igualmente es más que reconocida la riqueza agroalimentaria de Iberoamérica y desde hace algunos años, cocineros y cocineras de la región son los máximos protagonistas de las guías gastronómicas más prestigiosas a nivel mundial, así como de todos los *rankings* y listados que se precien. Pero esto no es todo, la gastronomía en general y, en Iberoamérica en particular, es mucho más. Es un movimiento que ha conseguido despertar orgullo patrio en todos los estratos de la sociedad, es el mejor escaparate y cable transmisor de la cultura de cada uno de nuestros territorios y además ha provocado un importante movimiento de cooperación mediante el cual se trabaja para poner en valor productos autóctonos fomentando su mantenimiento y recuperación, en determinados casos, a través del apoyo a comunidades desfavorecidas, y todo ello de una manera sostenible.

Fruto de todo lo anterior, unido a la firme convicción del gran potencial de Iberoamérica como región, Binómico surge para convertirse en un punto de encuentro exclusivo para los sectores gastronómicos, turísticos, culturales y sociales de Iberoamérica. **Un espacio donde contar, compartir, formarse y reivindicar todos los lazos que nos unen, expresándonos desde nuestra propia identidad, enriqueciéndonos los unos de los otros, cooperando y siendo más Iberoamérica si cabe.**

Por los distintos escenarios de Binómico han pasado desde los principales representantes institucionales a los mejores cocineros y cocineras de Iberoamérica, pasando por profesionales y guardianes de las cocinas tradicionales, pequeños y grandes productores, sumilleres, baristas, periodistas... Todos a una, transmitiendo saberes, cultura, pasión y creando una gran comunión en torno a nuestros sabores.

Grandes Historias

2021 no fue un año fácil para el turismo, veníamos de un año aciago donde la pandemia había hecho estragos, pero es de sobra conocido por todos, la capacidad de resiliencia que nos caracteriza a los Iberoamericanos y esa habilidad para sacar lo mejor de nosotros en los peores momentos. Muyu es el restaurante que la Italo-Brasileña **Luciana Bianchi** tiene en Islas Galápagos (Ecuador) lugar del que se enamoró y decidió que debía aportar todos sus conocimientos para salvaguardar su identidad y la sostenibilidad de su entorno a través de la gastronomía. Por todo ello, creó el restaurante Muyu, un proyecto piloto de **Galápagos Foundation**. La educación es el corazón de este proyecto gastronómico, que empodera a jóvenes y mujeres a comenzar una carrera en la restauración, teniendo como base la ética, la sostenibilidad y la conservación.

Un espacio donde contar, compartir, formarse y reivindicar todos los lazos que nos unen, expresándonos desde nuestra propia identidad, enriqueciéndonos los unos de los otros, cooperando y siendo más Iberoamérica si cabe.

Igualmente imponente fue el paso de **Virgilio Martínez** (Perú) del Restaurante Central (Lima) considerado el mejor del mundo en 2023. La presentación del trabajo que realizan desde Mater Iniciativa que tiene como misión promover la mega diversidad sin fronteras. Ser fuente de información para el mundo sobre alimentación, educar, sensibilizar e impartir conocimiento. Diseñar experiencias de comida que transmitan valores como conectividad (con la naturaleza y entre personas), identidad cultural, respeto y cuidado del medio que nos rodea y todo ello en plena colaboración con las poblaciones autóctonas de cada espacio y desde el máximo respeto

a la naturaleza. Igualmente pudimos comprobar el poder de la gastronomía a través de la sensibilidad en las manos de Virgilio y su equipo para transmitir la cultura, el paisaje, el espacio geográfico e incluso la estación del año, a través de un plato.

A través de la **Chef Tita** de República Dominicana, país invitado de la I edición, y su restaurante Morisoñando (Santo Domingo) conocimos los orígenes de la gastronomía dominicana a través del trabajo que desarrolla en su Fundación IMA donde utiliza la cocina como arma de cambio social, buscando mejorar la vida de campesinos, comunidades, hogares y pequeños productores que viven en condiciones de anonimato o marginalidad en la República Dominicana y la transformación en una nueva gastronomía dominicana que ella lleva a distintas partes del mundo como embajadora de la misma.

El turismo gastronómico se encuentra en pleno auge y es una realidad que la gastronomía es de los principales factores de decisión a la hora de elegir un destino.

Ya metidos en 2022, Argentina cobró un gran protagonismo como país invitado de la II edición. En un entorno mucho más alegre y de menos incertidumbre nos propusimos seguir mostrando al mundo todo lo que Iberoamérica tiene que contar en materia gastroturística y comenzamos con un plato fuerte, mostrando al mundo las bondades de la Argentina Invisible de la mano de **Fernando Rivarola y Gabriela la Fuente** del Restaurante El Baqueano (Salta) de cómo se trasladan desde Buenos Aires a Salta para estar más cerca de los productores y poder transmitir las bondades de la biodiversidad de las 18 ecoregiones del país. Mención especial fue el gran asado

argentino que realizamos en el centro de la ciudad de Huelva, abierto al público general en el entorno de nuestro festival y que se convirtió en una gran fiesta gastronómica de la que participaron más de 1.500 personas.

El gran **Andoni Luis Aduriz** una vez más volvió a sorprendernos y, quizás lo más importante, a emocionarnos y hacernos pensar al presentar su proyecto Topa Sulkadería donde se da la mezcla perfecta entre la cocina vasca y la cocina latina, pero yendo más allá nos presentó el experimento «love pre test» desde donde nos demostró lo peligrosos que son los prejuicios fomentando dos mensajes muy claros y concisos «La mezcla nos alimenta» «alimentemos la mezcla». Y de aquí al gran trabajo que **los hermanos Roca**, explicado en la voz del maestro Joan, han realizado «sembrando futuro» un trabajo de investigación y, sobre todo, de concienciación y protección de la biodiversidad y de las semillas autóctonas «Si perdemos semillas, perdemos memoria, cultivos, cocina, gastronomía. Perdemos nuestra identidad».

La última edición, hasta ahora, tuvo como gran protagonista a Colombia, el país de la belleza, la biodiversidad y la riqueza multicultural dejándonos estampas y momentos increíbles como la visualización del magnífico trabajo de integración y desarrollo social, que a través de la gastronomía viene realizando la mejor cocinera del mundo en 2023 **Leonor Espinosa** y que logró emocionar a la sala con la visualización de una exclusiva expresión artística contemporánea «Pozoneros, sin adjetivos». También disfrutamos del gran trabajo de los cocineros y cocineras tradicionales, el ejemplo de la gran **Mamaluz**, sin duda un ser de luz que irradia bondad y que desde un pequeño establecimiento en un mercado de Bogotá ha sido capaz de desarrollar un plan de expansión gastronómica y reivindicar el papel de la cocina tradicional colombiana, o la maestra **Elsys Valencia**, protectora y promotora de los sabores del pacífico, entre muchos otros.





Huelva el origen, Sevilla el presente y el futuro.

Binómico nació y ha dado sus primeros pasos en Huelva, una ciudad y una provincia acogedora y maravillosa con una gran riqueza gastronómica y unos vínculos que van más allá de lo racional con Iberoamérica. Sin duda, una cuna con la que ha habido una perfecta simbiosis y que siempre llevaremos en nuestro ADN. Ahora toca mirar al futuro, crecer y continuar desarrollando este espacio para la participación, difusión y cooperación de toda la región y llegamos a Sevilla, capital de Andalucía y una de las ciudades que mayor protagonismo y realce le ha dado a la unión de las dos orillas del Atlántico, a

En un entorno mucho más alegre y de menos incertidumbre nos propusimos seguir mostrando al mundo todo lo que Iberoamérica tiene que contar en materia gastroturística.

través del encuentro entre mundos y cultura. Con toda la ilusión del que empieza y la experiencia de lo ya vivido, Binómico evolucionará a través de una importante metamorfosis para continuar realzando el papel gastronómico, turístico, cultural y social de Iberoamérica. 🌐

Turismo gastronómico

Luciana Binaghi Getar

Directora General de la UCCI

De la tierra al plato: el Turismo Gastronómico como eje de transformación en Iberoamérica

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes a nivel global. Instituciones de referencia en la materia, como ONU Turismo, señalan que el PIB directo del turismo en 2023 contribuyó al 3 % del PIB mundial.

Otras instituciones, que además ponderan las transacciones y sectores indirectos que el sector turístico involucra, como el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) auguran un **7,5 % su contribución al PIB mundial para el presente año, 2024.**

El turismo es un sector intensivo en mano de obra. Genera empleo para todos los niveles de formación y tipo de edades. Además, estas oportunidades laborales se multiplican a lo largo de la cadena de valor con otros sectores con el que el turismo crece y se consolida: como el comercio, la agricultura, la construcción, las artesanías, los servicios financieros, las industrias creativas y culturales, la restauración, etc.

El turismo fomenta el crecimiento económico, el espíritu empresarial, el desarrollo de las PYMES, y nuevas oportunidades para grupos puntuales como los jóvenes, inmigrantes y mujeres, creando empleo y programas de formación específicos.

Asimismo, como comercio de servicios, **el turismo es uno de los principales generadores de ingresos por exportaciones a nivel mundial** e impulsa el desarrollo de infraestructuras, fomentando la innovación

y la transformación digital y siendo un gran dinamizador de las economías locales fortaleciendo destinos emergentes.

Gracias a su **naturaleza intersectorial**, el turismo tiene la capacidad de fortalecer alianzas público-privadas e involucrar a múltiples partes interesadas (internacionales, nacionales, regionales y locales) generando empleo y nuevas oportunidades de desarrollo.

Para la región iberoamericana, destacada mundialmente por su biodiversidad y la riqueza de su diversidad, patrimonio cultural e inmaterial, **el turismo es uno de los sectores productivos que más visibiliza la cultura, la artesanía, la naturaleza, las tradiciones, la idiosincrasia de un destino.** Atributos todos que en simultáneo contribuyen a la diversificación de la oferta turística, a la dinamización de la economía regional y a promover la desestacionalización del turismo.

En los últimos años, **el sector gastronómico ha ido cogiendo músculo en sintonía con el sector turístico con el que comparte varios atributos arriba señalados.** En la región de Iberoamérica es un valor en



alza que complementa y fortalece al sector turístico en la región, consolidando destinos tradicionales y abriendo nuevas rutas a destinos emergentes con iniciativas muy competitivas que agregan valor al territorio.

Para un número cada vez mayor de viajeros, la cocina local, la comida tradicional, las materias primas de este u otro territorio, terminan **complementando la experiencia turística**. Conocer cómo y de qué manera se cultiva un producto y que el visitante tenga la oportunidad de **conocer una Ciudad usando todos sus sentidos**, también el gustativo, es parte de este sector productivo transversal.

El Turismo Gastronómico es la suma total de todo aquello que hay entre la tierra y el plato; entre la agricultora que trabaja la granja y el aeropuerto internacional que recibe viajeros; entre el sembrador de la chía, el aguacate, la patata o el chocolate y el turista extranjero; entre las técnicas de cultivo, y conocimientos ancestrales propios de Iberoamérica y la innovación culinaria que lleva a este arte regional a destacar, por ejemplo, en The World's 50 Best Restaurants 2024 y sus antecesores.

Aunque no esté especificado como tal en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, **el Turismo Gastronómico hace honor a la propia lógica de transversalidad e integralidad de la Agenda 2030**. Trabajar en fortalecer el Turismo Gastronómico como palanca de diversidad cultural y cohesión social es buscar la sinergia, la alianza, el pensamiento colectivo. Es trabajar no solo por el viajero, sino también por el productor, por la resiliencia de la infraestructura, por consolidar la identidad cultural de un territorio, por la sostenibilidad necesaria de cada producto y experiencia que disfrutamos. Y es trabajar no solo con las autoridades turísticas, sino también con los emprendedores, con los chefs, con las universidades, con las comunidades locales, con la hostelería, los museos, con otros organismos internacionales. Es trabajar con la sociedad en su conjunto.



En término de **generación de políticas públicas innovadoras e integrales**, el Turismo Gastronómico tiene un potencial enorme, en una región tan rica en materias primas, saberes, sabores y diversidad poblacional como lo es Iberoamérica.

Por ello este año, desde la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI) hemos querido centrar la 38ª edición de nuestra Revista poniendo en valor este sector poliédrico que tantas oportunidades está dando a la región. En simultáneo, este año también, hemos promovido la realización del estudio **«Destinos Turísticos Gastronómicos Iberoamericanos»** para analizar el potencial del turismo y la gastronomía en las capitales iberoamericanas, al tiempo que visibilizar su contribución al desarrollo sostenible, que todos vosotros podrán acceder desde nuestra web.

Con estas dos iniciativas, desde UCCI esperamos contribuir a consolidar un turismo gastronómico estrechamente unido a la identidad de nuestras Ciudades, a su biodiversidad, talento, tradiciones y, por qué no reconocerlo, a nuestro peculiar afán de vivir y disfrutar la vida alegremente. 🍷

Turismo gastronómico

Lázaro I. Rodríguez Oliva

Director de *Transformatorio*. Especialista en políticas públicas de gastronomía, ciudades creativas y cultura para el desarrollo urbano

Gastrocooperación entre ciudades iberoamericanas

Cada vez más, el turismo es visto como un motor de desarrollo urbano sostenible. También quedan menos dudas del rol de la gastronomía como una herramienta insustituible para la mejora de la experiencia de viaje, la transformación de los sistemas alimentarios y el logro de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Sin embargo, potenciar el binomio gastronomía-turismo, de forma sostenible, implica grandes desafíos que deben ser pensados desde la política pública para generar mayores oportunidades e impactos.

Este artículo aborda el potencial del **Plan Iberoamericano de Gastronomía y Alimentación (PIGA 2030)**, impulsado por la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) como un marco idóneo donde las ciudades podrían mejorar sus iniciativas y ser laboratorios de innovación de políticas públicas a nivel local. Consideremos que, con el PIGA, desde 2022, Iberoamérica se convirtió en la primera región del mundo en contar con un consenso sobre cómo los subsistemas gastronómicos pueden ayudar a alcanzar el desarrollo sostenible, de forma innovadora, pero también concreta, medible.

El PIGA es una ruta para impactar en los cinco ámbitos clave de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible: personas, planeta, prosperidad, paz y alianzas. Desde un enfoque sistémico e integral

aborda la protección de la biodiversidad cultural, la promoción de prácticas agrícolas y productivas sostenibles, la valorización de la cultura alimentaria local y el fortalecimiento de la seguridad alimentaria. Como casi siempre pasa con instrumentos innovadores de política pública, su construcción desde 2018 y la respectiva implementación ha sido un reto, tanto por su enfoque novedoso —la gastronomía como subsistema alimentario—, como por coordinar esfuerzos entre los 22 países iberoamericanos, integrando políticas públicas, sector privado, y la sociedad civil. Este plan está sustentado en evidencia y en el interés de explorar formas innovadoras para acelerar la consecución de la Agenda 2030 en la región, como refleja también un Informe de la SEGIB y el *Basque Culinary Center* sobre *La contribución de*

la gastronomía a ese fin. En su momento, hasta una nueva palabra apareció para alumbrar esta zona inexplorada: **la gastrocooperación**.

Las ciudades, especialmente las capitales tienen en la gastronomía una plataforma de marca e innovación, no siempre comprendido desde las políticas públicas municipales. Baste como ejemplo el hecho que en la lista de los 50 mejores restaurantes del mundo en 2023, de San Pellegrino, trece están en ciudades UCCI. En el caso de los 50 mejores restaurantes de América latina, según la Lista regional, 76 % están localizados en ciudades que forman parte de la UCCI, y algunas dan cuenta de un enorme desarrollo gastronómico como Lima y Buenos Aires con ocho, Sao Paulo y Ciudad de México con cinco, Bogotá con tres, Ciudad de Panamá con dos, y



Santiago de Chile, San José, Río de Janeiro, Quito, La Paz, Guatemala con uno. Si bien las listas no representan la riqueza gastronómica de los territorios, son un indicador de que tenemos, como región, potencial entre la vanguardia.

Las ciudades son un actor ideal de la cooperación para acelerar la implementación del PIGA por su rol en los ecosistemas gastronómicos. Basándome en mi experiencia de posicionar a la Ciudad de Panamá, como la única ciudad UCCI como ciudad creativa de la UNESCO en la gastronomía y haber aportado tanto al rediseño estratégico de Ibercocinas como al diseño del PIGA, propongo pensar cómo las ciudades pueden contribuir al PIGA y con esto, liberar el potencial del binomio turismo-gastronomía.

Centrándonos en las personas, las ciudades pueden revisar y actualizar las ordenanzas municipales para promover mercados locales y ferias de agricultores, facilitando el acceso a alimentos frescos y nutritivos, así como el derecho a una alimentación adecuada, también para los turistas. Pueden desarrollar experiencias degustativas basadas en guías alimentarias resultantes de investigaciones científicas que valoren las gastronomías locales por su contenido cultural y nutritivo. Podrían mejorar la integración de la gastronomía en los planes de agricultura urbana que pueden formar parte de las vivencias del visitante. Especializar la capacitación y prácticas profesionales en turismo gastronómico, en colaboración con restaurantes locales y escuelas de gastronomía, a cocineros y cocineras y responsables de las cadenas de valor especialmente dirigidos a jóvenes en situaciones vulnerables de la

ciudad puede ayudar considerablemente a mejorar la oferta turística de una ciudad y las inversiones.

La gastronomía aporta prosperidad inclusiva. Para promover la diversificación de la producción, los emprendimientos y las fuentes de ingreso de los sectores gastronómicos vinculados con el turismo, las municipalidades deben implementar acciones que busquen la equidad en el acceso a los recursos, como ofrecer subvenciones y ayudas financieras a pequeños emprendimientos gastronómicos locales. Las plataformas de comercialización y promoción visibilizan mercados municipales, ferias locales itinerantes y las aplicaciones tecnológicas que mejorarán los ingresos y la colaboración entre restaurantes, proveedores locales y productores agrícolas y fortalecen la cadena de suministro local. Otra iniciativa podría ser la certificación de productos locales, valorando las denominaciones de origen y asegurando que los productos cumplan con estándares de calidad reconocidos, que siempre busca un turista informado.

Las ciudades son plataformas de alianzas estratégicas y deberían ser parte de la implementación del PIGA, de una forma más estratégica y ambiciosa, por su capacidad de movilizar a chefs, restauradores, productores agrícolas, académicos y promotores. **La gastronomía aporta y a veces define la construcción de una marca ciudad propia, si se sabe enfocar estratégicamente.** Las municipalidades pueden colaborar con el sector turístico local para desarrollar experiencias y rutas gastronómicas que incluyan visitas a restaurantes locales, mercados de alimentos, y festivales culinarios. Estas rutas no solo promueven la gastronomía local como un atractivo turístico, sino que también fomentan el entendimiento cultural y la diplomacia a través de la comida, la gastrodiplomacia. Las ciudades pueden implementar sistemas fiables de recolección de datos en tiempo real sobre tendencias de consumo, producción local, y efectividad de políticas gastronómicas vinculadas con el turismo. Estos datos pueden ser compartidos en plataformas intermunicipales

© Capricornia



para mejorar la toma de decisiones y fomentar políticas basadas en evidencia.

Nada como una mesa servida en son de paz como foto de la cohesión social. Crear espacios gastronómicos inclusivos y diversos desde las municipalidades, como corredores gastronómicos, ferias, campañas y concursos, enfrían los conflictos sociales, promueven el respeto y exponen el valor positivo de la diversidad cultural. En este sentido, las municipalidades pueden impulsar iniciativas que integren el turismo gastronómico con proyectos de desarrollo local, como esas rutas que incluyen visitas a productores agrícolas y talleres de cocinas

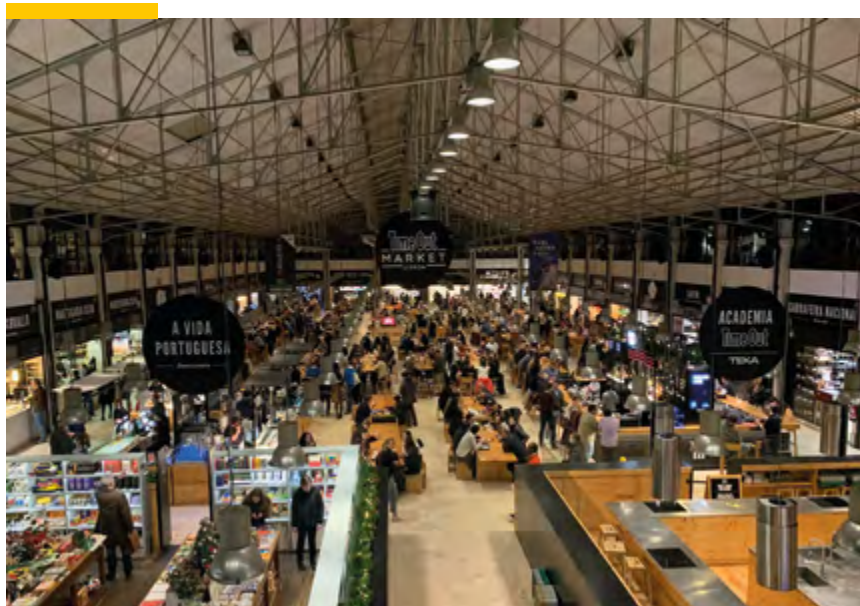
La gastronomía aporta y a veces define la construcción de una marca ciudad propia, si se sabe enfocar estratégicamente.

vivas que emplean prácticas culturales salvaguardadas por los habitantes locales.

Para mitigar el cambio climático y el uso racional de los recursos del planeta, desde su esquina propia, las ciudades deben apostar por el uso sostenible de los recursos naturales involucrados en las cadenas de valor gastronómica. Incentivos a restaurantes y productores locales que demuestren prácticas sostenibles y el uso eficiente de recursos naturales pueden aportar, así como la formación para productores y empresarios gastronómicos sobre técnicas sostenibles y adaptación al cambio climático. Los municipios son campeones en organizar campañas de concienciación especialmente cuando acciones comunicativas permiten difundir las historias detrás de los productos locales con marca ciudad. Hay otro ámbito donde la gastronomía debe ser entendida como política pública municipal: la reducción de la pérdida, el desperdicio y la gestión de residuos de alimentos.

A todo lo dicho, se suman otros elementos transversales en el PIGA que forman parte de las prioridades de la UCCI y de muchas de las ciudades, como la digitalización. Los municipios son actores creíbles para crear asociaciones con empresas de tecnología para desarrollar aplicaciones y plataformas que mejoren la logística, el marketing y las ventas de los productos gastronómicos locales. Y los turistas lo agradecen. La financiación debe mejorar, en especial la cofinanciación que ayude a pequeños emprendedores gastronómicos locales a iniciar o expandir sus negocios, especialmente aquellas iniciativas de la industria gastronómica lideradas por mujeres, asegurando igualdad de oportunidades y acceso a recursos. Se requieren también, instrumentos específicos que integren y apoyen a comunidades vulnerables, como indígenas, afrodescendientes y personas con discapacidad, en el sector gastronómico para garantizar su participación.

Podría ser un momento ideal para un programa de cooperación de gastronomía de las ciudades, impulsado desde la UCCI, junto a SEGIB para localizar el Plan Iberoamericano de Gastronomía y Alimentación y demostrar que los gobiernos municipales tienen sabor que aportar a la efectiva puesta en valor de nuestras cocinas urbanas de la región. 🌐



Mercado urbano, Lisboa

© Lázaro I. Rodríguez Oliva

Turismo gastronómico

Análisis del sector en las ciudades UCCI

Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Andorra la Vella

Comú d'Andorra la Vella

La cocina andorrana de montaña, basada en la cultura ganadera, es extensa. Degustarla en las bordas, las típicas construcciones andorranas de montaña de madera y piedra reconvertidas en restaurantes, se convierte en toda una experiencia.

También se puede degustar en los numerosos restaurantes de la parroquia que también ofrecen otros tipos de cocina internacional, algunos con chefs con estrellas Michelin.

Siendo una sociedad principalmente ganadera, uno de los alimentos básicos era la leche y sus derivados, esencialmente el queso, del que había muchas variedades, como el queso de tupí (puchero), que todavía se elabora. Y aunque la mayoría de casas tenían gallinas y conejos, el animal por excelencia era el cerdo. Con la matanza del cerdo, normalmente en diciembre, se elaboraba una gran variedad de embutidos (la donja, la bringuera, los bulls, la longaniza y las butifarras) y también carne confitada o salada.

La caza ha tenido siempre una importancia considerable. Los civets de jabalí, de rebeco y de liebre, guisados con vino y chocolate, y los arroces con ardilla son, sin duda, los platos más conocidos. Por lo que se refiere a la pesca, se puede saborear la trucha de río a la andorrana, que se prepara con almendras.

Uno de los platos más típicos del Principado, sin embargo, se hace con verduras y hortalizas. El trinxaat es un plato elaborado con col verde, patatas y unos torreznos o una sardina en salazón, de aspecto parecido a una pequeña tortilla, que se consume normalmente en invierno. El producto estrella, la col verde o repollo, también se aprecia mucho en otro plato típico, la escudella. Los bosques y los prados también ofrecen una gran variedad de setas, que se pueden consumir tanto solas como de acompañamiento.

Podríamos citar un montón de platos más, sencillos pero sabrosos: las cocas, las ensaladas de chicorias, los caracoles, el bacalao... ¡Ven a degustar la cocina andorrana! 🍷



© Comú d'Andorra la Vella



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Asunción

Municipalidad de Asunción

El turismo gastronómico se ha convertido en un componente vital para la gestión urbana de muchas ciudades, y Asunción no es la excepción. Este sector no solo contribuye significativamente al crecimiento económico local, sino que también impulsa la identidad cultural, la sostenibilidad ambiental y la cohesión social. A continuación, exploraremos cómo Asunción está capitalizando el turismo gastronómico y sus repercusiones.

La gastronomía es una parte integral de la cultura de Asunción, atrayendo a turistas nacionales e internacionales interesados en degustar platos tradicionales como la chipa, la sopa paraguaya y el mbejú. Estos visitantes no solo generan ingresos para los restaurantes y mercados locales, sino que también apoyan a otros sectores como el transporte, el alojamiento y el comercio.

Según datos del Observatorio de Turismo de Paraguay, el turismo gastronómico en Asunción ha

crecido un 20% en los últimos cinco años, recuperándose desde julio 2023 post pandemia. Este incremento se traduce en una derrama económica significativa, con un impacto estimado de más de 50 millones de dólares anuales. Este dinero se distribuye entre diversos actores económicos, fortaleciendo la economía local y generando empleos directos e indirectos.

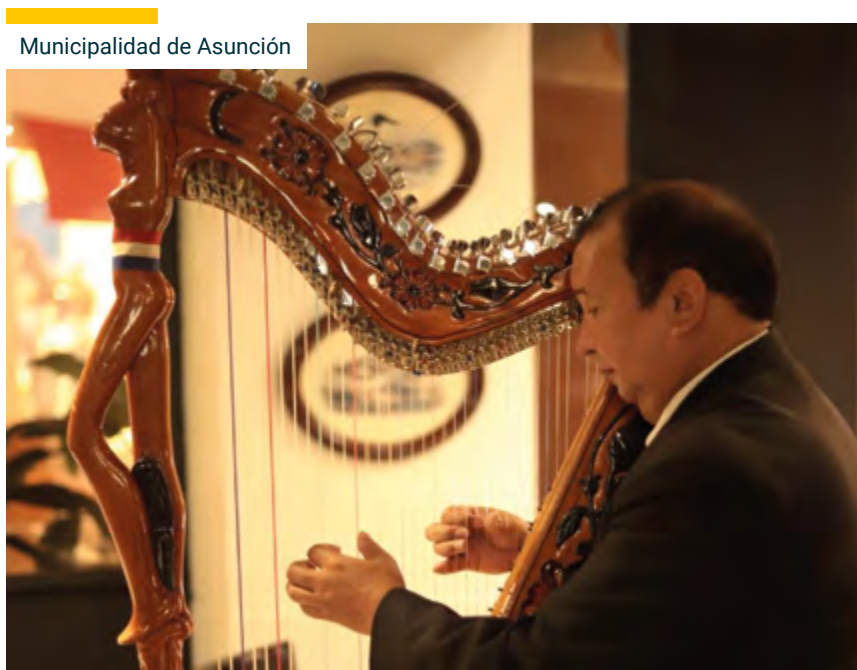
Asunción ha implementado varios programas relacionados con la gastronomía que aportan un valor integral. Uno de los más destacados es el proyecto **Melodías y Sabores de Asunción**, una iniciativa de la Municipalidad de Asunción por medio de su Dirección General de Cultura y Turismo, que fusiona el arte musical folclórico tradicional con el arte culinario ofreciendo ambientes amenos al son de nuestras músicas populares que nos dan la auténtica identidad paraguaya.

En el ámbito medioambiental, la ciudad por medio de la comuna

capitalina y empresas privadas, han promovido prácticas sostenibles entre los restaurantes, como el uso de productos locales y orgánicos, la reducción de desperdicios alimentarios, el reciclaje y la acción más innovadora, la inclusión del menú braille para personas con discapacidad visual en restaurantes. Estas iniciativas no solo ayudan a preservar el medio ambiente, sino que también mejoran la calidad de los productos ofrecidos a los turistas, realzando la experiencia gastronómica.

El turismo gastronómico es una pieza clave en materia de estrategia de desarrollo de Asunción. Su impacto positivo se refleja en el crecimiento económico, la promoción de la cultura local y la implementación de programas sociales y medioambientales que benefician a la comunidad en general. La gestión eficaz de este sector es esencial para garantizar su sostenibilidad y maximizar sus beneficios, asegurando que Asunción continúe siendo un destino atractivo para los amantes de la buena comida y la cultura.

Una receta autóctona, no solo de la ciudad sino del país, es la CHIPA, que nos da la identidad auténtica guaraní. «La chipa es un símbolo, un icono, una señal, un pan que nos aglutina, nos define y nos alimenta, la base de miles de ideas, de vidas y de sueños» como lo firma Pablo Cesar Amarilla de Brauner, en el fantástico libro ilustrado **Chipas de raíces profundas, páginas con sabor** de Grillo Benitez (@grillo_benitez en instagram). 🌐



Municipalidad de Asunción

Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCE

Barcelona

Proximidad, sostenibilidad y excelencia, la receta de Barcelona para la gastronomía de calidad.

Ayuntamiento de Barcelona

La cocina es el paisaje puesto en la cazuela nos decía el gran escritor catalán Josep Pla. Así es, a Barcelona la define la Sagrada Familia y Gaudí tanto como el mercado de la Boquería o la dieta mediterránea. Pero lo que es incluso más importante: nos define y enorgullece que la cultura gastronómica sea algo popular, presente en los más de 5.000 bares y 2.000 restaurantes de nuestra ciudad, y en nuestras propias casas. Como decía otro gran escritor barcelonés, y excelente gourmet, Manolo Vázquez Montalbán, «comer o no comer es una cuestión de dinero, comer bien o comer mal es una cuestión de cultura». Y en la cocina de nuestros domicilios empiezan a formarse los y las chefs más innovadores del mañana.

Cada ciudad tiene sus valores culinarios particulares. En el caso de Barcelona, destacamos tres: mercados y comercio de proximidad, alimentación saludable y sostenible, y excelencia gastronómica.

Con 43 mercados municipales, Barcelona puede presumir de contar con la mayor red de mercados alimentarios del continente europeo. Y por supuesto, a esto deberíamos sumarle el comercio alimentario de barrio. Comercios y mercados evitan que las ciudades parezcan todas iguales, por ello es esencial protegerlo y promoverlo, y así lo hemos hecho siempre. Es lo que hace que Barcelona sea reconocible, atractiva y única. En definitiva, nos dan identidad y son la base de la cultura gastronómica popular.

En segundo lugar, queremos destacar la apuesta de Barcelona por una alimentación sana y sostenible. Porque si la alimentación es importante para la salud y el bienestar de las personas, también lo es para el futuro del planeta. La alimentación ecológica y de proximidad reduce emisiones y fortalece la economía local, nuestros agricultores y ganaderos. Así ayudamos al planeta y a nuestra propia economía. No en vano Barcelona fue en 2021 la capital

mundial de la alimentación sostenible y cuenta con una Estrategia de Alimentación Saludable y Sostenible 2030 con acciones para promoverla que van desde los menús escolares a la más alta cocina. No hay futuro para la gastronomía que no pase por la sostenibilidad.

Y finalmente, es un orgullo contar también con la gastronomía de la máxima calidad y excelencia. En 2023 Barcelona acogió la gala estrellas Michelin 2024 y recibió 37 estrellas en total repartidas en 26 restaurantes, la ciudad que más de estas distinciones ostenta de toda España, y la tercera de Europa.

Proximidad, sostenibilidad y excelencia, la receta de Barcelona para la gastronomía de calidad, porque no hay una sin la otra. Y con resultados indiscutibles: seis de cada diez turistas que visitan Barcelona lo hacen por la oferta gastronómica y gastan, de media, cinco veces más que el resto de turistas, nuestra ciudad está considerada el segundo mejor destino gastronómico del mundo según la agencia de viajes británica Titan Travel, y cinco de los diez mejores chefs del mundo (Best Chefs Awards) son catalanes y cuatro tienen restaurante en Barcelona. En definitiva, la gastronomía es un atributo más de la marca Barcelona y un atractivo turístico de primer orden que nos hace sentir especialmente orgullosos y orgullosas. 🌐

© Ayuntamiento de Barcelona



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Bogotá

La famosa oblea de Mick Jagger
y otras delicias bogotanas

José Alberto Mojica. Director Visit Bogotá, Instituto Distrital de Turismo. Alcaldía Mayor de Bogotá

Jannet Rodríguez, vendedora de obleas en un puesto callejero en el centro histórico de Bogotá, vio con asombro cómo un ilustre desconocido se acercaba. Era el 8 de marzo del 2016.

«Pensé que era un turista más. Al final de tantas fotos y de toda la gente que lo rodeaba, le preparé la oblea de 1.500 pesos, la de mora y arequipe. Sé que le gustó por la forma en que la mordió», explicó la mujer, que se seguía preguntando: y ese señor, ¿quién es?. Era Mick Jagger, vocalista de la legendaria banda *The Rolling Stones*, que dos días después ofrecería un concierto en la ciudad.

«En las calles, los visitantes internacionales pueden encontrar comidas sencillas pero bien preparadas. Lo que ocurrió con Mick Jagger disparó el consumo de obleas en la ciudad, tanto para los locales como para los turistas», expresó Carlos Enrique Sánchez, docente de gastronomía en la Universidad de la Sabana e investigador en culturas gastronómicas. Sánchez recuerda que la oblea llegó a Colombia con los españoles, hasta convertirse en uno de los postres preferidos de los locales y los visitantes. Es una especie de galleta de harina de trigo, delgadísima y redonda, que preparan con arequipe —dulce de leche—, y salsas de mora,

chocolate. Y representa uno de los postres más emblemáticos de la ciudad. La Investigación *Viajeros en Bogotá 2023*, determinó que, el año anterior, el número de turistas que arribó fue de 12.347.876: 1.385.979 internacionales y 10.961.897, nacionales. Un 10 % más respecto al 2022. Y el 45,8 % de turistas visitó el destino atraído por su variada oferta gastronómica.

Vale destacar que el *ajiaco* es el plato bogotano por excelencia: una sopa de origen indígena que se prepara con pollo, crema de leche, alcaparras, mazorca y tres clases de papa: criolla, pastusa y paramuna.

«Tenemos restaurantes donde se ofrece la más exquisita cocina colombiana, de todas las regiones del país; restaurantes internacionales de alta categoría y más de 40 plazas de mercado», señaló Andrés Santamaría, director del Instituto Distrital de Turismo. Y destacó el incremento de la oferta de comida callejera (*street food*).

Desde la Oficina de Turismo de Bogotá se ha fortalecido la sostenibilidad mejorando las capacidades laborales y el bienestar de los productores, empleados, las compras locales, la valoración y resignificación de la comida propia. 🌱



Ajiaco Santaferense. © Ricardo Báez

Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Buenos Aires

La gastronomía, un sector clave para el turismo porteño

Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

El turismo es una industria que depende del buen funcionamiento de todas las maquinarias, desde la hotelería hasta las actividades en el destino. Si una de ellas falla, repercute de manera negativa en las demás. En cambio, si todas ellas se desempeñan correctamente, complementarán entre todas una experiencia de viaje satisfactoria.

En ese sentido, la gastronomía cumple un rol fundamental. En los últimos años, almorzar o cenar en un viaje dejó de ser una excusa para descansar entre una actividad y la otra para convertirse en una experiencia en sí misma, a través de la cual es posible conocer la cultura y las costumbres de una sociedad.

En la ciudad de Buenos Aires, particularmente, la gastronomía se transformó en un sector de una gran relevancia para la economía

local, con más de 13 mil locales comerciales distribuidos en todo el territorio. Entre los establecimientos que conforman la oferta culinaria de la capital argentina es posible encontrar las más clásicas opciones, como pizzerías y bodegones; así como también propuestas novedosas como cafés de especialidad y rooftops. Y un dato no menor: 9 de cada 10 turistas planifican qué y dónde ir a comer, siendo la carne asada y el vino el menú más buscado.

De esta manera, la gastronomía en la Ciudad se convirtió en un atractivo más para los visitantes, a tal punto que actualmente cuenta con opciones para todos los niveles socioeconómicos, al tiempo que permite degustar tanto las comidas típicas porteñas como platos representativos de otros países. Incluso, durante todo el año, Buenos Aires pone a disposición de vecinos y visitantes distintos eventos públicos y privados que rinden culto a la cocina nacional e internacional.

El sector gastronómico en la capital nacional no sólo influye en el concepto final que el turista tendrá de nuestro destino una vez que emprenda el regreso, sino también en la economía de la Ciudad. En este sentido, según datos proporcionados por el Observatorio de Datos Productivos, hay actualmente más de 80 mil empleados en el sector gastronómico, el cual representa el 2,7 % del Producto Bruto Geográfico de la Capital Federal.

La Ciudad de Buenos Aires convirtió a la gastronomía en uno de

los sectores que más traccionan la industria turística porteña, pero también en una vidriera para mostrar la cultura argentina en el mundo.

Los bodegones, un clásico de la gastronomía de la Ciudad

Cuando pensamos en la identidad de la gastronomía porteña, no podemos dejar de lado la huella que dejaron los españoles e italianos que llegaron a la ciudad a finales del siglo XIX. Junto con sus sueños y expectativas de una vida mejor, trajeron sus costumbres, su idioma, su trabajo y, por supuesto, sus comidas. Muchos de ellos abrieron almacenes en los que luego comenzaron a servir algunas picadas, aperitivos y platos con recetas que traían de su país de origen, pero que, poco a poco, se iban combinando con la cocina criolla.

Así surgieron los primeros bodegones, tan representativos de la Ciudad de Buenos Aires, con platos abundantes y caseros, ideales para disfrutar de unas buenas pastas, pucheros, milanesas, picadas y carnes a las brasas, entre otras propuestas típicas. El vino tinto y el vermut son clásicos infaltables para acompañar la comida de bodegón, al igual que el flan, budín de pan o el vigilante para el momento del postre.

Con sus decoraciones sobrecargadas y, en general, con una gran barra y mesas de madera, los bodegones nos invitan a viajar en el tiempo y disfrutar de una experiencia gastronómica típica de la ciudad. 🌐



© Parrilla Don Julio



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Cádiz

La cocina de ida y vuelta de Cádiz sabe a mar

Ayuntamiento de Cádiz

Cádiz sabe al mar que la rodea por sus cuatro costados. Desde el mismo origen de la ciudad cuando llegaron los fenicios a través del mar, Cádiz ha estado vinculada al mismo. Su historia, sus costumbres, su carácter americano de ida y vuelta, su economía y su cultura tienen un acento marítimo.

En este contexto, la gastronomía de Cádiz está vinculada al mar, no sólo por los productos que siempre ha utilizado, sino también porque se ha beneficiado del mestizaje, al ser el principal puerto que recibía los productos desde América en el siglo XVIII y XIX.

Un simple ejemplo es el famoso gazpacho, un plato que procede de la época romana pero que se convierte en rojo cuando se incorpora el tomate que llega desde América.

El pescado es la base de los platos más típicos de la gastronomía gaditana, pero Cádiz también se ve beneficiada por un marco provincial con una gran variedad de materias primas. La cocina se basa en la dieta mediterránea, cuya base es el aceite de oliva y una amplísima variedad de recetas tradicionales, se le ha unido la innovación de los mismos pero sin perder la esencia marina.

Unos de los productos procedentes del mar que son muy apreciados en el mundo son los relacionados con el atún de almadraba, de los que ahora existe una enorme variedad.

Esa materia prima se puede combinar con otros productos autóctonos de la zona como la carne de ternera Retinto de la Janda y la gran calidad de las verduras procedentes de las huertas de Conil y Chiclana.

Si de autóctono podemos hablar, muy cerca de Cádiz se producen los vinos de Jerez y la manzanilla de Sanlúcar, distintos a cualquier otro en el mundo.

Dentro del turismo gastronómico, hay un espacio que reúne muchos de los productos a los que nos hemos referido y que supone una atracción para todos los visitantes que llegan a la que es considerada como ciudad más antigua de Occidente: el Mercado Central. La exposición de pescados llama enormemente la atención a todas las personas que van a este equipamiento municipal, que es uno de los más antiguos de España.

El Ayuntamiento de Cádiz organiza todos los años en el mes de octubre, coincidiendo con el otoño, una Ruta Gastronómica con las principales tapas y platos que en muchos casos hacen un recorrido por la cocina gaditana.

Y es que Cádiz sabe a mar a través de sus tortillitas de camarones, del paté de cabracho, de la caballas con fideos, con el atún encebollado, con la caballa asada con su piriñaca, el atún encebollado y con los erizos de mar. Todo ello con otros platos como los alcauciles con chícharos, el potaje de garbanzos con pringa, los caracoles y dulces como el pan de Cádiz, que también es un manjar único. 🌐



Puesto de marisco
en el Mercado Central de Cádiz

© Ayuntamiento de Cádiz

Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCE

Ciudad de Guatemala

Municipalidad de Guatemala

La planificación en acción de la Ciudad de Guatemala (2020-2050) se caracteriza por la identificación de territorios con vocaciones urbanas distintas que tienen potencial de transformación, desarrollo y atracción de inversión. Esta estrategia llamada Distritos de Oportunidad busca la desconcentración y descentralización de la ciudad, generando núcleos dentro de la misma ciudad donde existe la oportunidad de vivir, trabajar, recrearse y convivir.

Uno de estos Distritos, es el Distrito Tívoli, que se encuentra en una de las zonas financieras más importantes de la ciudad; se caracteriza por su

constante movimiento económico y comercial. La concentración de población flotante es alta por lo que muchas personas buscan las diversas ofertas culinarias existentes.

Conociendo la vocación del territorio y las demandas de la población, la visión de este distrito se orienta a ser una centralidad económica y productiva que incentiva la industria corporativa, gastronómica y de convenciones para atraer el turismo empresarial y nuevas ofertas de vivienda.

El Sector Gastronómico del Distrito Tívoli, es un punto atractivo

conformado por restaurantes y jóvenes emprendedores locales que buscan consolidar sus negocios y atraer mayor cantidad de clientes; de tal manera que se pueda posicionar paulatinamente como un destino de la gastronomía nacional e inclusive internacional y a la vez se constituya como motor de crecimiento de la economía local.

Parte de la estrategia para impulsar este sector gastronómico son las Activaciones Urbanas, eventos con la ciudadanía que buscan dar a conocer el proyecto y que la población experimente la transformación que se plantea, viviendo y sintiendo la vocación del Distrito, mediante distintas actividades de participación.

El «Festival Gastronómico Tívoli» es la activación urbana que se ha desarrollado en su quinta edición para promover la oferta gastronómica local, ha generado un trabajo colaborativo entre los distintos restaurantes y comercios del sector, impulsando la reactivación y fortalecimiento económico; así como la integración de las actividades existentes a las dinámicas de los espacios renovados; es así como más de 3.700 vecinos conocen hoy sobre el Distrito Tívoli, han degustado de los deliciosos platillos, son potenciales clientes y han difundido la oferta gastronómica del lugar.

Esta iniciativa se suma al esfuerzo de mejora continua que realiza la Municipalidad de Guatemala sirviendo a 3,5 millones de ciudadanos diariamente y planificando para las siguientes tres generaciones. 🌐

Recreación del Sector Gastronómico del Distrito Tívoli
© Municipalidad de Guatemala



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Ciudad de México

Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México

El turismo representa una alternativa de desarrollo económico para las naciones, en países como México que cuentan con una extraordinaria riqueza natural y cultural, se expresan distintas manifestaciones tangibles e intangibles producto de costumbres y tradiciones milenarias que se han transmitido entre generaciones. Dentro de éstas, encontramos a la gastronomía, que por su gran calidad y originalidad le da un valor agregado muy especial a la oferta turística nacional. La gastronomía forma parte de una de las principales motivaciones de los visitantes, tanto locales, nacionales como internacionales. La actividad

culinaria, por sí misma, promueve el desplazamiento del turismo que busca experiencias basadas en la cocina. El turismo gastronómico representa para México un atractivo de gran relevancia, si en 2022 el turismo aportó con el 8.5% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, la gastronomía contribuyó con el 14.9% del PIB turístico de todo el país.

En la Ciudad de México, el turismo es una actividad relevante para el desarrollo económico y social, en la actualidad representa el 9.1% de su Producto Interno Bruto (PIB) local y participa con el 18.7% del PIB turístico nacional. Es un sector que tiene importantes aportaciones a su actividad económica porque genera empleos, derrama económica, inversión turística, bienestar para las comunidades. La actividad turística de la Ciudad de México se basa, por un lado, en su larga historia, de cultura milenaria, sus recursos naturales, y, por otro lado, en su gran dinamismo, al ser una ciudad cosmopolita, con modernas comunicaciones e infraestructura. Esto la convierte en un importante destino turístico que ofrece a los visitantes nacionales y extranjeros una importante y variada oferta turística entre la que se encuentra la gastronómica, que refleja el carácter y personalidad de una ciudad vanguardista y cosmopolita, donde se fusionan elementos locales, como la comida urbana o callejera y la cocina de autor, preparados todos, con la mayor calidad donde convergen aromas, sabores y colores únicos para deleitar al paladar más exigente.

Por lo anterior, no sorprende que la gastronomía mexicana haya sido incluida en la lista del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO en 2010, reconociendo su gran riqueza e importancia. Ha sido una vía que ha contribuido al rescate de la cultura y tradiciones ancestrales, sintetizando actividades agrícolas, rituales, técnicas e historias en las que quien la consume se sumerge en la amplia variedad gastronómica que ofrece la Ciudad de México.

La Ciudad de México, como capital del país, ha desempeñado un papel fundamental en la promoción de la cocina tradicional mexicana, asimismo ha impulsado la gastronomía moderna, basada en técnicas más sustentables y de gran calidad.

Recientemente, con el establecimiento de la Guía Michelin en México, el país se posiciona como un referente mundial en materia gastronómica. En especial la Ciudad de México por haber conseguido el reconocimiento a 62 restaurantes y a Chefs destacados con el premio Chef Mentor Award, dos restaurantes que recibieron dos estrellas Michelin; cinco que recibieron una estrella Michelin; veinte reconocidos en la categoría Bib Gourmand y treintaicinco recomendaciones en dicha Guía.

Actualmente, la Ciudad de México juega un papel destacado en la promoción e impulso de la gastronomía, y del turismo gastronómico, que se especializa, enriquece y reconoce cada vez más. 🌐

© Gobierno de la Ciudad de México



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Ciudad de Panamá

Alcaldía de la Ciudad de Panamá

El turismo gastronómico que se basa en la cocina y las influencias culturales culinaria de un país o una ciudad, la mayoría de los turistas al momento de planificar sus viajes estudian las diferentes ofertas gastronómicas de cada región para poder probar los platos típicos permitiéndoles conocer la identidad de cada país.

La Ciudad de Panamá cuenta con una diversidad cultural gastronómica que incluye diferentes influencias étnicas como los afroantillanos, indígenas, españoles, judíos italianos, entre otros. La promoción de estos platos típicos no solo preserva la identidad cultural, sino que también fortalece el orgullo local y atrae a visitantes interesados en experimentar autenticidad gastronómica.

La UNESCO en el año 2017 otorga a la Ciudad de Panamá el título de Ciudad Creativa en Gastronomía siendo la única de Centroamérica con esta distinción se busca fomentar la innovación y la creatividad para un desarrollo más sostenible e incluso de los sectores involucrados en la gastronomía.

Igualmente, la gestión de la Ciudad de Panamá debe considerar el impacto económico positivo del turismo gastronómico. Los restaurantes, corredores gastronómicos, negocios locales especializados en comida tradicional, fusiones innovadoras y creativas que se convierten en puntos de interés para los turistas, generando empleo y oportunidades de negocio para

los residentes y locales del distrito capital. Esto no solo diversifica la oferta turística, sino que también contribuye al desarrollo económico sostenible y al crecimiento del sector de servicios.

El turismo gastronómico desempeña un papel crucial en la promoción de prácticas sostenibles y responsables en la industria alimenticia. Permitiendo la interacción con los productores locales y fortaleciendo la cadena de suministros, que permiten el uso de ingredientes locales y técnicas de cocina tradicionales que nos ayudan a preservar recursos naturales y el medioambiente.

Volviéndose el turismo gastronómico en una herramienta de mercadeo internacional, para la

promoción de eventos culinarios, festivales y corredores gastronómicos que puedan atraer visitantes de todo el mundo, posicionando a la ciudad de Panamá como un destino gastronómico de primer nivel en la región.

En resumen, el turismo gastronómico en la Ciudad de Panamá no solo enriquece culturalmente a la comunidad local y atrae a visitantes, sino que también impulsa la economía y promueve prácticas sostenibles en la industria alimenticia.

Gestionar este tipo de turismo de manera estratégica requiere colaboración entre el sector público y privado, así como un compromiso con la preservación cultural y el desarrollo económico a largo plazo. 🌐

Pescado con patacones
© Alcaldía de la Ciudad de Panamá



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

La Habana

Néstor Ibrahim Agüero Carvajal.

Especialista en Relaciones Internacionales y Coordinador UCCI, Gobierno Provincial del Poder Popular La Habana

La gastronomía es una forma universal de la actividad y expresión humana, tal como no es posible la existencia de una sociedad sin lenguaje, tampoco existe ninguna que no cocine de uno u otro modo determinados alimentos, convirtiéndose en una especie de lenguaje que identifica a una o varias culturas que con el paso de los años y las diversas migraciones, fueron mezclándose y asimilándose unas a otras.

Cuba es un ejemplo de asimilación y transformación de culturas que dieron como resultado a la cultura cubana, incluyendo la culinaria, con una forma de cocinar especial. Esta tipicidad se le atribuye a la confluencia de dos factores, el español y el africano, aunque en épocas posteriores se sumaron elementos de la comida asiática, incorporándose además el aporte norteamericano, yucateco, haitiano, jamaicano y caribeño en general; e incluso con reminiscencia árabe y judía. ¡Todo un ajiaco! ... que, con el filtro de los siglos desembocó en un producto nuevo y autóctono: lo cubano, que sigue enriqueciéndose diariamente con nuevos aportes foráneos y nacionales.

En 1990 Cuba, realizó su apertura al turismo internacional, pero antes ya había creado la Escuela de Hotelería y Turismo, con la misión de formar, desarrollar, elevar la cultura general integral de los recursos que prestan servicios en sus instalaciones, destacándose entre ellas la

gastronomía, especialidad en la que algunos Chef cubanos, han obtenido premios y reconocimientos en eventos internacionales.

El Turismo Gastronómico implica para la gestión de La Habana, una propuesta importante para la diversificación de sus productos turísticos y patrimoniales, en el que se entrelazan la variedad de ofertas y servicios prestados por los públicos diversos, en hoteles y restaurantes particulares; siendo estos un atractivo turístico local, que en su conjunto muestran la capacidad de generar empleos para la población residente y sus ganancias

se reierten en el desarrollo de la comunidad además de reanimar el espacio urbano.

La ciudad ostenta valores históricos-culturales y numerosos sitios que constituyen una motivación para el turismo, siendo la música en vivo y la idiosincrasia de sus habitantes, elementos que constituyen recursos valiosos y aprovechables para el desarrollo de la actividad turística, que se entremezclan con su historia gastronómica única; plagadas de olores, sabores y colores que son de gran agrado a los clientes que lo reciben, que buscan degustar nuestra rica cultura. 🌐



© Gobierno provincial de La Habana

Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

La Paz

*Turismo Gastronómico en La Paz,
Un Viaje de a los Orígenes de la Cultura*

Secretaría Municipal de Culturas y Turismo del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz

Visitar La Paz y degustar su gastronomía local es una experiencia única y auténtica que significa disfrutar de ingredientes locales, probar fusiones de sabores intensos y deleitarse con platos deliciosos y coloridos que muestran la diversidad de productos tradicionales de Bolivia.

En los últimos años, el sector gastronómico en el municipio de La Paz ha crecido hasta alcanzar la cifra de 2.824 emprendimientos que conjuntamente el subsector alojamiento representan el 9,5% del total de la población ocupada por actividad económica.

De la misma manera, la calidad del sector se ha desarrollado al grado de posicionar a la ciudad como la capital gourmet donde están los mejores restaurantes y chefs del país, esto ha permitido que la afamada lista de los Latin America's 50 Best Restaurants haya destacado el 2023, a Gustu (23), Ancestral (62) y Phayawi (84) como referentes de la gastronomía a nivel internacional.

Todo esto ha permitido que la gastronomía vaya adquiriendo renombre hasta llamar la atención de las grandes cadenas de comunicación internacionales como Netflix, National Geographic o CNN que han dedicado documentales y programas completos a difundir la riqueza de la gastronomía boliviana, pero en especial la gastronomía paceña.

Según la encuesta de la demanda turística desarrollada el 2023 por el Gobierno Autónomo Municipal de

La Paz, aproximadamente el 30% del gasto de los turistas está destinado a la alimentación, esto sin duda se constituye en una enorme oportunidad para desarrollar el potencial gastronómico y turístico de la ciudad de La Paz.

En ese sentido, el sector privado ha puesto especial atención en el desarrollo de la gastronomía a través de proyectos integrales como Manq'a y Sabor Clandestino, entre otros, que han encontrado y convertido la gastronomía en catalizador del empoderamiento de las comunidades rurales y jóvenes que encuentran en ella, la posibilidad de mejorar su calidad de vida.

Como gobierno municipal, el impulso a este sector estratégico de la economía paceña se ha materializado en el establecimiento de normativa de declaratoria de la gastronomía tradicional como Patrimonio Cultural Intangible, la organización de festivales gastronómicos y el desarrollo de rutas de turismo gastronómico.

Con este potencial, La Paz se perfila como el próximo destino gastronómico de Latinoamérica que invita a los visitantes a descubrir la riqueza de la comida boliviana. 🌐



Cabello de ángel

© Gobierno Autónomo Municipal de La Paz



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Lima

Municipalidad Metropolitana de Lima

La cocina peruana es considerada como una de las más privilegiadas del mundo, ya que, a través de la historia heredó su identidad, mestizaje, creatividad, sabor y fusión de diferentes culturas como la nativa cultura andina, costera y selvática, sumada a los aportes de las cocinas española, africana, china, japonesa e italiana.

El turismo gastronómico es una interesante apuesta y un gran reto para consolidar la oferta turística de la ciudad de Lima. En ese sentido, se busca incrementar el flujo de visitantes (nacionales e internacionales) que tienen dentro de sus motivaciones de viaje la gastronomía. Para ello, se priorizará la promoción de experiencias y productos turísticos basados en nuestra variedad culinaria.

La difusión y promoción de los atractivos turísticos deben estar

complementados por una excelente calidad en la atención y en los servicios turísticos ofrecidos tanto para el turista local como el turista receptivo; promoviendo el consumo en espacios públicos mediante eventos que generen confianza y seguridad en los comensales, complementados con una excelente experiencia gastronómica como estrategia clave para posicionar el destino Lima.

Asimismo, la gastronomía ha dejado de ser un complemento de viaje para convertirse en un aspecto prioritario para muchos destinos turísticos.

Cabe mencionar que la gestión de la imagen del Perú como un destino de turismo gastronómico de primer nivel ha sido positiva a través de los años y ha permitido obtener reconocimientos de trascendencia internacional como

«Mejor Destino Gastronómico» en los World Travel Awards y el reciente nombramiento de Lima como Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica 2024-2025 por la Academia Peruana de Gastronomía en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en España.

Asimismo, se busca impulsar la experiencia turística considerando la megadiversidad; así como en la cadena de valor de insumos nativos y cocinas regionales a través de la promoción de unidades empresariales vinculadas al rubro gastronómico (restaurantes tradicionales - emblemáticos, cevicherías, bodegas de Pisco, haciendas cafetaleras, haciendas cacaoeras, fábricas de chocolate, entre otros) y de esta manera, contribuir con la conservación y uso sostenible del patrimonio alimentario. 🌐



© Municipalidad Metropolitana de Lima

Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCL

Managua

Alcaldía de Managua

La ciudad de Managua, capital de Nicaragua, tiene una población de 1.6 millones de habitantes y es visitada a diario por personas del interior del país por razones diversas, destacando el comercio y servicios. Además, emerge con buen dinamismo el turismo socio-cultural y recreativo que integra al turismo gastronómico, el cual es esencial para la ciudad por su aporte a la economía local. Las familias capitalinas y los visitantes de su entorno metropolitano, aprecian y disfrutan de las alternativas de esparcimiento y la variada oferta de comidas tradicionales que se ofrecen en los diversos establecimientos

populares, comerciales y de interés turístico existentes; por lo cual existe un aporte real al desarrollo y crecimiento socioeconómico y fundamentalmente a la preservación de la identidad cultural y a la sostenibilidad medioambiental.

Desde una perspectiva económica, el turismo gastronómico representa una porción significativa de los ingresos turísticos totales en todo el país, contribuyendo aproximadamente al 23.3% según datos del Banco Central de Nicaragua. Estos ingresos no solo benefician a los restaurantes y proveedores de alimentos, sino que también impulsan la creación de empleo y la inversión en infraestructura turística.

En términos culturales, la gastronomía en Managua actúa como un vínculo vital con la identidad local, reflejando la diversidad cultural y la rica historia de la ciudad a través de platos tradicionales transmitidos de generación en generación que además promueve la inclusión social y el intercambio cultural, el fortalecimiento de los lazos comunitarios y generan un sentido de pertenencia en la población.

Entre los programas sociales relacionados con la gastronomía, destacan el impulso nacional y local de los festivales gastronómicos, promoviendo la gastronomía y los sabores de las diferentes épocas del año (sabores de invierno, comidas de cuaresma, sabores decembrinos, promoviendo las recetas y las costumbres de la época de navidad), además

de efectuarse en Managua el *Festival Internacional de las Artes, la Cultura y la Gastronomía de los Pueblos*, impulsado por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) en coordinación con la Cancillería de la República y las Embajadas de diferentes países con presencia diplomática en Nicaragua, los cuales exponen y comparten la cultura y la gastronomía de Latinoamérica y de todo el mundo. Tiene una alta aceptación con la consecuente concurrencia social de la población nacional. Además, en el país se elaboran mapas gastronómicos que integran las recetas de la gastronomía de las ciudades, entre éstas destaca Managua con su amplia y exquisita gastronomía. Estas recetas son impulsadas mediante talleres comunitarios y se efectúan concursos locales con la participación de los mercados populares y de los emprendedores gastronómicos de toda la ciudad, destaca el concurso «La Fritanga más rica, limpia y bonita» impulsada anualmente por la municipalidad de Managua.

El turismo gastronómico en Managua está estrechamente vinculado con la promoción de prácticas sostenibles en la gestión de recursos naturales. La preferencia por productos locales y orgánicos no solo apoya a los agricultores locales, sino que también contribuye a la conservación del medio ambiente al reducir la huella de carbono asociada con el transporte de alimentos. Las iniciativas para adoptar técnicas de cocina sostenible y gestionar eficientemente los residuos. 🌍

Catedral metropolitana de Santiago Apóstol (Managua)

© Kohi - Kevin J. Valerio



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Montevideo

Un festín gastronómico de tres siglos

Intendencia de Montevideo

El turismo gastronómico desempeña un papel crucial en la gestión de las ciudades cuando trasciende la experiencia culinaria para ofrecer una ventana a la identidad cultural y económica de los destinos turísticos. En ese sentido, Montevideo reconoce la importancia de este sector, no solo por su potencial para impulsar el crecimiento económico local, sino también por su capacidad para fomentar el desarrollo social y medioambiental, la preservación cultural y el vínculo con las comunidades locales y productoras.

La combinación entre excelencia en calidad de la materia prima, la tradición y la influencia de las migraciones han puesto a disposición de turistas y residentes una gama de platos singulares que convierten a la gastronomía de Montevideo en un motivo de visita. Si bien ello impulsa la demanda de servicios de alojamiento, transporte y entretenimiento a partir del gasto directo e indirecto, su impacto supera los beneficios económicos tangibles una vez que las ciudades logran aprovechar su potencial para generar valor social en los territorios.

En ese sentido, la Intendencia de Montevideo desarrolla programas de cocinas comunitarias en el marco de los Centros de Desarrollo Local, así como el programa Cocina Uruguay de la Secretaría de Educación para la Ciudadanía, el primer programa de educación alimentaria de acceso libre y gratuito para la ciudadanía. Funciona desde 2007 recorriendo los diferentes

barrios de Montevideo y el área metropolitana. Se trabaja la alimentación como derecho humano, promoviendo hábitos saludables, apelando a la construcción de ciudadanía y a la participación, a través de acciones educativas permanentes en cuanto a la preparación y consumo de alimentos desde el valor intercultural, la utilización de recursos naturales y de estación. Para promover su difusión y amplificar su impacto, el programa cuenta con libros con recetas saludables, sencillas, que utilizan alimentos de estación y de fácil acceso, los cuales son entregados en los cursos que se realizan.

La adopción de ese tipo de prácticas que fomenten el consumo consciente, la agricultura urbana, la participación ciudadana en los procesos, la cercanía entre quien produce y quien consume, la utilización de productos locales y orgánicos, y la reducción del desperdicio alimentario, han contribuido para la consolidación de la resiliencia de la ciudad frente a los desafíos climáticos, de sostenibilidad y de desigualdad, donde también el turismo tiene un rol clave, en tanto motor de desarrollo territorial, desde que se conciba como derecho humano y se le reconozca su papel integrador entre culturas y naciones. 🌍

© Intendencia de Montevideo



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Quito

Distrito Metropolitano de Quito

La superficie del Distrito Metropolitano de Quito es de 4.218 km² de los cuales las parroquias urbanas ocupan tan solo el 8.8 %, posee una amplia variación altitudinal entre 500 y 4.780 metros sobre el nivel del mar y 17 tipos de ecosistemas, como resultado se cuenta con zonas que producen gran diversidad de alimentos, que permiten tener un abastecimiento variado para los establecimientos de Alimentos y Bebidas, y que se anclan en la ruralidad a sitios donde se encuentran atractivos turísticos tanto naturales como culturales.

La demanda por el turismo gastronómico se ha incrementado en los últimos años, forjando la revalorización de la identidad local en el rescate de su patrimonio culinario, en la puesta en valor de saberes ancestrales gastronómicos, así como en la dinamización económica del destino mejorando la calidad de vida de sus habitantes y sobre todo en los productores que son la parte esencial en la cadena de valor.

Con la participación de varios actores de la industria de alimentos y bebidas, se generó una estrategia gastronómica tomando en cuenta criterios de responsabilidad, solidaridad y sostenibilidad. Esta es una herramienta de planificación que guía el posicionamiento del DMQ como un destino gastronómico a nivel nacional e internacional, además se fortalece la oferta de turismo gastronómico mediante el fomento de la asociatividad e innovación, la identificación de la identidad gastronómica, el desarrollo y promoción

de productos de calidad y valor agregado y generar un impacto social en los barrios y comunidades que son parte de la ciudad, convirtiéndose la gastronomía en una herramienta de transformación social consolidando nuestra identidad por medio del alimento.

Dos de las aristas de la estrategia gastronómica, son reconocer los platos emblemáticos y representativos que identifican a la ciudad de Quito como:

- Entradas: mote con chicharrón y empanadas de morocho
- Sopas: yaguarlocro, locro de papa.
- Platos fuertes: hornado con tortillas, fritada y seco de chivo.

- Bebidas: canelazo, y colada morada
- Postres: pristiños, helado de paila y dulce de higos.

Y para atraer al turista se organizan activaciones gastronómicas como: festivales, ferias, foros, recorridos turísticos, visitas a mercados locales, show cooking entre otros.

De esta forma Quito fortalece su oferta gastronómica con una estrategia pensada a largo plazo donde los saberes y sabores ancestrales y las propuestas innovadoras buscan conquistar los paladares de turistas locales, nacionales y extranjeros, posicionando a Quito como un destino pleno y de alto impacto. 🌐



© Distrito Metropolitano de Quito



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

San José

Un menú gastronómico con sabor social y ambiental

Diego Miranda Méndez. Alcalde de San José

El turismo, y en especial aquel vinculado con la oferta gastronómica que San José, como capital de Costa Rica, ofrece al mundo, tiene un especial valor agregado, especialmente en lo relativo al reposicionamiento de la ciudad, no sólo como lugar de hospedaje, para quienes desean conocer las maravillas paisajísticas, ecológicas y culturales del país, sino como un destino de interés artístico, de educación, de salud, de negocios, de inversión y de entretenimiento.

Desde este punto de vista, enmarcado en una visión de desarrollo sostenible que genere una mejor calidad de vida para la ciudadanía y que, a su vez, cree oportunidades de movilidad social y de progreso económico para la gente, la nueva administración del gobierno local josefino, que me honro en dirigir como el nuevo Alcalde de San José, considera que el turismo debe ser un elemento esencial para generar riqueza.

Desde una perspectiva de cambio, las nuevas autoridades municipales reconocemos el valor del turismo gastronómico, como un elemento clave para el desarrollo económico y social de la ciudad y, por este motivo, en el mediano plazo, esperamos poner en marcha una serie de iniciativas, que apoyen a este sector.

Para esto, esperamos fortalecer y darle mayor contenido social a proyectos, en los que tenemos el apoyo del sector privado y del gobierno nacional, por medio del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), como la Ruta Gastronómica de San José, que ofrece recorridos por

diferentes barrios y mercados de la ciudad, donde los visitantes pueden degustar la comida típica y conocer la cultura local.

A su vez, en aras de promover los micro, pequeños y medianos emprendimientos, la Municipalidad de San José tiene planeado organizar festivales gastronómicos, como el Festival Sabores de San José, que reúne a chefs locales e internacionales para ofrecer una experiencia culinaria única.

También, nuestra intención es la de apoyar a los pequeños negocios de comida, por medio de programas de capacitación y financiamiento, en coordinación con socios externos, de los ámbitos de la educación vocacional y de la banca pública.

De conformidad con datos del ICT, el turismo, en los últimos años, ha tenido un impacto significativo en la economía de San José. Se estima que este sector genera más de \$100 millones en ingresos anuales y crea miles de empleos, muchos de ellos vinculados con la gastronomía y la restauración.

Además, el turismo gastronómico ha contribuido a la revitalización del centro histórico de la ciudad, donde se encuentran muchos de los restaurantes más populares, lo mismo que en comunidades de gran valor histórico y cultural, como los barrios Escalante, Amón, Otoya y Aranjuez.

Nuestro interés, como ya mencioné, es subrayar la vocación social de este importante sector de la

economía local. Para ello, nuestra prioridad será crear y fortalecer programas sociales relacionados con la gastronomía, de modo que beneficie a las personas y a sus comunidades.

Por ejemplo, queremos explorar iniciativas para dar formación culinaria, capacitación en restauración e insumos agrícolas, tanto a mujeres jefas de hogar, a jóvenes en riesgo social y a personas con discapacidad, para que puedan emprender negocios que van desde restaurantes, bares e, incluso, huertos urbanos, con el objetivo de generar empleo vinculado a esta actividad, que está en auge.

Además de los beneficios económicos, es evidente que el turismo ligado a la gastronomía tiene el potencial de aportar valor social, medioambiental y cultural a la ciudad de San José, esto por cuanto promueve la cultura local y las tradiciones, crea oportunidades de empleo e ingresos para las comunidades, fortalece el tejido social y la cohesión comunitaria, promueve el consumo de productos locales y sostenibles, reduce el desperdicio de alimentos y valoriza la conservación de la biodiversidad.

En resumen, el turismo gastronómico es un sector con un gran potencial para el desarrollo de San José. Las autoridades locales y las organizaciones de la sociedad civil, junto al sector privado, estamos trabajando juntos para aprovechar este potencial al máximo y garantizar que los beneficios del turismo gastronómico lleguen a toda la comunidad. 🌐

Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

San Juan

Municipio de San Juan

Durante este año el alcalde de San Juan, Miguel A. Romero Lugo, ha presentado *Prueba el Campo de San Juan*, una innovadora ruta culinaria destinada a posicionar a la capital como un destino gastronómico de primer nivel. Esta iniciativa busca resaltar los sabores únicos, el arte, la historia y la naturaleza de San Juan, accesibles a solo minutos de distancia. La ruta gastronómica, que invita a los visitantes a «chinchorrear» sin salir de San Juan, resalta la gastronomía y los atractivos turísticos de áreas rurales como Cupey Alto y Caimito.

Este proyecto, enmarcado en la política de turismo gastronómico y la visión San Juan 360, tiene como objetivo desarrollar rutas gastronómicas en distintas zonas de la ciudad para promover los negocios locales menos visitados por turistas. La ruta incluye 19 negocios seleccionados, desde restaurantes hasta cafeterías, ofreciendo una variedad de platos y bebidas.

Prueba el Campo de San Juan también contribuye a la economía local, fortaleciendo los empleos existentes y generando nuevos. Además,

la ruta promueve la colaboración entre los propietarios de negocios, lo cual beneficiará a la comunidad. Para mejorar la experiencia de los visitantes, el municipio ha realizado mejoras en las infraestructuras viales y el entorno. En una próxima fase, se planea promocionar otras zonas gastronómicas de San Juan, cada una con su identidad única. Esto ya que la finalidad es establecer cuatro nuevas rutas gastronómicas en la Ciudad. 🌐

© Municipio de San Juan



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

San Salvador

Manuel Alfredo Rodríguez Joachin. Coordinador UCCI - Alcaldía Municipal de San Salvador

El turismo gastronómico está emergiendo como una fuerza poderosa en la industria del turismo global, y la ciudad de San Salvador no es una excepción. Con su rica historia culinaria y una variedad de sabores auténticos, la capital salvadoreña se está posicionando como un destino de comida imperdible. Proyectos innovadores como Sivar Emprende y el Restaurante Escuela, este último, un programa ejecutado por la Alcaldía de San Salvador Centro gracias al financiamiento del Ayuntamiento de Madrid y que cuenta con el apoyo de la ONG CESAL, están contribuyendo significativamente a esta evolución.

El proyecto municipal Sivar Emprende está inyectando vitalidad en la escena culinaria de San Salvador. Este proyecto no solo fomenta la creatividad, sino que también brinda oportunidades a pequeños empresarios, promoviendo así el desarrollo sostenible en la región. Sivar Emprende está ayudando a convertir sueños culinarios en realidades comerciales.

Por otro lado, el Restaurante Escuela, que funciona en el nuevo mercado Hula Hula en el Centro Histórico de San Salvador, está fortaleciendo los lazos entre España y El Salvador a través de la gastronomía. El Restaurante Escuela ofrece formación en cocina mediterránea, enriqueciendo el conocimiento de jóvenes salvadoreños que aspiran a convertirse en chefs, al tiempo que introduce nuevos sabores y conceptos a la escena gastronómica local. Esta colaboración internacional no

solo beneficia a los participantes directos, que son jóvenes provenientes de las comunidades cercanas al Mercado; sino que también enriquece la oferta gastronómica de San Salvador, atrayendo a turistas ávidos de experiencias culinarias únicas.

La promoción del Centro Histórico de San Salvador como destino turístico es fundamental para capitalizar este auge gastronómico. Más allá de sus monumentos históricos y su rica y diversa arquitectura, el Centro Histórico es un crisol de tradiciones culinarias que reflejan la rica diversidad cultural de El Salvador. Desde la exquisita sazón de la sopa de patas, el imperdible sabor de las tradicionales pupusas hasta los reconfortantes aromas de un café recién preparado acompañado de una semita salida del horno, cada

plato cuenta una historia de generaciones pasadas y presentes.

Al resaltar el aspecto cultural y gastronómico del Centro Histórico, San Salvador puede atraer a viajeros que buscan una experiencia auténtica y enriquecedora. La promoción de festivales gastronómicos en los diversos mercados municipales en los cuales podemos saborear deliciosos platillos, los recorridos culinarios que próximamente estarán disponibles en la nueva Plaza Universitaria en la que funcionará un moderno mercado gastronómico en el centro histórico de San Salvador y clases de cocina tradicional ofrecidas por locales, no solo brindan entretenimiento a los visitantes, sino que también preservan y promueven la herencia culinaria de la región. 🌐



© Alcaldía de la Ciudad de San Salvador

Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCL

Santiago

Municipalidad de Santiago

La comuna capital de Santiago, cuenta actualmente con diez barrios gastronómicos, los cuales reúnen más de 200 restaurantes. Las autoridades de Santiago reconocen el potencial del turismo gastronómico como un motor del desarrollo económico. Desde barrio Franklin con sus picadas históricas y una novedosa oferta de sabores experimentales y productos de autor, pasando por el carácter festivo de Barrio Brasil y Lastarria, hasta el rescate de la memoria y la recuperación de los espacios patrimoniales a través de sabores tradicionales en los barrios Matta Sur, Mercado y Yungay; el turismo gastronómico va más allá de probar platos típicos, buscando conectar a quienes


nos visitan con la identidad local, la historia y el patrimonio cultural de Santiago a través de la gastronomía.

Se han implementado diversas iniciativas para fomentar este sector, como la creación de rutas gastronómicas y la promoción de restaurantes locales. Además, se ha puesto énfasis en la importancia de la gastronomía como elemento clave para la identidad cultural de la comuna, ya que permite visibilizar y valorizar la cocina de las distintas comunidades que habitan en ella.

Existen además diversos programas sociales relacionados con la gastronomía en Santiago. Algunos ejemplos son:

- Ferias gastronómicas locales: Son una plataforma para que pequeños productores y emprendedores gastronómicos puedan dar a conocer sus productos y generar ingresos.
- Programa Santiago Cocina: Proyecto comunitario, productivo y formativo para emprendedores y emprendedoras de la comuna, basado en el cooperativismo y la promoción de la asociatividad. A través de sus creadores y creadoras, permite conocer nuevas culturas y recetas, en un espacio de elaboración gastronómica que entrega todas las herramientas técnicas, incluida la resolución sanitaria, para que los productos puedan ser posteriormente comercializados en distintos espacios.

También existen otras iniciativas como compostaje de materia orgánica, reciclaje de aceite, sello de apoyo a la lactancia, sello de espacio de ocio seguro para mujeres y diversidades, espacios *pet friendly*, lo que da cuenta del compromiso en hacer de la comuna de Santiago un ejemplo de promoción de la economía local, colaboración público-privada, inclusión social, promoción del buen vivir y cuidado del medio ambiente.

En conclusión, el turismo gastronómico se ha convertido en un sector estratégico para el desarrollo económico y social de la comuna de Santiago, donde las autoridades locales, junto a diversos actores del sector privado, están trabajando para fortalecer este sector y convertirlo en un motor de crecimiento sostenible de la comuna. 

© Municipalidad de Santiago



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Santo Domingo

Rosalía Feris Paiewonsky. Delegada del Centro Histórico de Santo Domingo para el Ayuntamiento del Distrito Nacional.

Con la Colaboración de Omar Cepeda Darauche, Presidente de ADERES e Inés Páez Nin (Chef Tita) del Restaurante Morisoñando

En el año 2023, la República Dominicana alcanzó un hito histórico al recibir más de diez millones de visitantes, lo que representa un aumento del 20 % respecto a 2022 y del 36 % en comparación con 2019. Este logro posiciona al país caribeño como uno de los destinos turísticos mundiales con mayor crecimiento postpandemia. Dentro de esta notable expansión, el turismo gastronómico emerge como un componente vital y un motor clave para el crecimiento económico del país. Al impulsar la demanda de productos locales, este sector beneficia directamente a agricultores, ganaderos y pescadores, promoviendo así un desarrollo económico más sostenible.

Organismos como la Asociación Dominicana de Restaurantes Inc. (ADERES), la Asociación de Hoteles y Turismo de la República Dominicana (ASONAHORES) y la Asociación Dominicana de Chefs (ADOCHefs) colaboran de manera conjunta para fortalecer la industria gastronómica del país y fomentar las tradiciones culinarias locales. Buenos ejemplos de los trabajos en colaboración son el SDQ Gastronómico, evento anual que ofrece una plataforma única para destacar los ingredientes locales y la riqueza cultural culinaria dominicana y el Restaurant Week que permite a los restaurantes presentar platos elaborados con productos locales, dinamizando la economía y resaltando la creatividad gastronómica de la región.

Omar Cepeda, presidente de ADERES, señala: «Nuestro objetivo es preservar y promover la herencia cultural de nuestra gastronomía, innovando en conceptos culinarios y colaborando estrechamente con agricultores y productores locales». Otra cara de la gastronomía es la de los programas sociales que se pueden desarrollar, como es el caso de La Fundación IMA, ejemplo de gastronomía social que utiliza la cocina como arma de cambio para transformar la vida de campesinos, comunidades vulnerables y pequeños productores de la República Dominicana y así contribuir al desarrollo de las comunidades a través de la promoción del producto local y de la valorización de la gastronomía dominicana.

La colaboración internacional, en asociación con la Food Agriculture

Organization (FAO) de la ONU, contribuye a mantener viva la herencia gastronómica dominicana y promover programas de desarrollo sostenible. Por otro lado, la asociación con el Basque Culinary Center para elaborar un Plan de Adaptación al Cambio Climático evidencia el compromiso del sector gastronómico con la protección del medio ambiente y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En conclusión, el turismo gastronómico en la República Dominicana no solo beneficia la economía local, sino que también preserva la cultura culinaria, impulsa el desarrollo sostenible y atrae a turistas internacionales. La gestión de la ciudad está enfocada en potenciar estos aspectos para consolidar al país como un destino turístico único y atractivo a nivel mundial. 🌍



Imagen cedida por la Alcaldía del Distrito Nacional

Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Sucre

Gobierno Autónomo Municipal de Sucre

La gastronomía de Sucre, no solo es una celebración de sabores, sino también de cultura e historia, cada bocado cuenta una historia, cada plato lleva consigo siglos de tradición y cada experiencia culinaria es un viaje al corazón de Sucre.

La oferta gastronómica en Sucre es un verdadero tesoro, donde la tradición, la variedad y la calidad se combinan para ofrecer platos emblemáticos que van desde aquellos preparados en base al ají y otros

que acompañan los tradicionales chocolates y bebidas artesanales.

La historia del ají en Sucre está estrechamente ligada a la agricultura local y a las tradiciones culinarias de la región, su cultivo se remonta a tiempos ancestrales, su presencia en la mesa es un símbolo de identidad y orgullo sucreño.

En la rica tradición culinaria de Sucre, destaca el chorizo chuquisaqueño, el mondongo, ck'ocko de pollo, el picante trimixto (cola, lengua y pollo), la sullka, el k'arapecho y la cazuela de maní.

Entre los dulces artesanales emblemáticos destacan los chocolates, reconocidos por su calidad y sabor excepcional, elaborados con cacao natural y técnicas transmitidas de generación en generación.

Las hojarascas son parte de la repostería tradicional, galletas crujientes y circulares rellenas con mermelada de guayaba, fruto producido en los valles de la Capital.

En cuanto a bebidas tradicionales, Sucre ofrece una variedad de opciones que refrescan y deleitan el paladar como el mocochinchi, refresco popular muy consumido durante el verano, la chicha de maní y de quinua son otras dos bebidas tradicionales de Sucre al igual que la horchata de anchi coco, fruto nutritivo producido en la zona del Palmar en Chuquisaca. 🌐



© Gobierno Autónomo Municipal de Sucre



Turismo gastronómico | Análisis del sector en las ciudades UCCI

Tegucigalpa

Alcaldía Municipal del Distrito Central

El turismo gastronómico comienza a emerger con inversión y apoyo a emprendedores en la capital de Honduras.

La riqueza cultural, histórica y la esencia del sazón capitalino es un incentivo para potenciar el turismo gastronómico en la capital hondureña. En la administración del alcalde del Distrito Central, Jorge Aldana, el turismo se convirtió en uno de sus ejes para empujar el desarrollo y dinamismo en la Ciudad de Buen Corazón.

Desde entonces el municipio ha experimentado un renacimiento turístico, especialmente en el sector gastronómico. Este rubro ha dinamizado la economía local y también ha generado empleo, donde destaca la calidez y calidad de productos que elabora su gente.

El turismo gastronómico es uno de los rubros más importantes de la ciudad, pues es un generador de empleo, donde el 51% son mujeres, de las cuales el 57% son de las zonas periféricas del Distrito Central, que lo convierte en un destino turístico atractivo para los visitantes, por su variedad de platillos y el compromiso de su administración local, según datos de la gerencia de Turismo de la comuna capitalina.

La capital hondureña, integrada por Tegucigalpa, Comayagüela y sus 43 aldeas, cuenta con una gran oferta gastronómica, desde pequeñas cafeterías hasta restaurantes icónicos de la ciudad. Entre

los restaurantes históricos se puede mencionar Duncan Mayan, Chinda Díaz, el Buen Gusto, Villa San Miguel, Los Toneles, La Ronda, Café Paradiso, Finlay, Tito Aguacate, ubicados en el centro histórico. Además, El Patio, Baleadas El Birichiche, Carnitas Lempira, entre otros icónicos comercios.

Además, los deliciosos platillos que se preparan y se sirven en los comedores de los doce mercados municipales, así como, las diversas ferias gastronómicas que se realizan en el Parque Central y en la Feria Navideña de Buen Corazón. Entre platos que destacan podemos mencionar: la burrita capitalina, las baleadas, el plato típico de carne asada, catrachas, tortillas con queso, pupusas, plátano con frijoles, yuca con chicharrón, papá frita con carne, entre otros platillos

La Alcaldía Municipal del Distrito Central (AMDC) implementa proyectos destinados a revitalizar el centro histórico de la ciudad para volverlo más atractivo para los turistas nacionales y extranjeros. Asimismo, está reparando la avenida Cervantes, para mejorar las condiciones de infraestructura de los comercios y rehabilitando los accesos de las aldeas productoras de las frutas y vegetales que se venden en mercados de la capital. También, mediante la entrega de capital semilla la alcaldía apoya a los microempresarios para impulsar y fortalecer sus emprendimientos.

La Ciudad de Buen Corazón está lista para ser descubierta por miles de turistas que quieran venir a degustar la variedad de sabores y disfrutar las inolvidables experiencias que les ofrece. 🌟



© Alcaldía Municipal del Distrito Central

Sabores lusófonos

Lisboa

Turismo y gastronomía

Alberto Laplaine Guimarães

Secretario-General de la Cámara Municipal de Lisboa
Vice Presidente de la Academia Portuguesa de Gastronomía

Fotografías: © Cámara Municipal de Lisboa



Lisboa, la deslumbrante capital de Portugal, es un destino turístico rico en historia, cultura y belleza escénica. Con sus calles sinuosas, vistas panorámicas sorprendentes del río Tajo y una atmósfera encantadora. Lisboa cautiva a visitantes de todo el mundo.



El turismo gastronómico se ha estado haciendo cada vez más popular en todo el mundo. La culinaria de un local no es solamente una forma de alimentación, sino también una expresión de su cultura y tradición. Al viajar hacia nuevos destinos, muchas personas buscan experimentar platos típicos, ingredientes locales y técnicas culinarias únicas.

Explotar la gastronomía de un lugar puede proporcionar una experiencia sensorial increíble, permitiendo a los turistas sumergirse en la esencia de una ciudad o región. Además, la gastronomía puede ser un gran impulsor económico para destinos turísticos, atrayendo a visitantes en busca de nuevos sabores y experiencias culinarias.

Lisboa, la deslumbrante capital de Portugal, es un destino turístico rico en historia, cultura y belleza escénica. Con sus calles sinuosas, vistas panorámicas sorprendentes del río Tajo y una atmósfera encantadora, Lisboa cautiva a visitantes de todo el mundo.

Uno de los puntos turísticos más icónicos de Lisboa es el barrio de Alfama, con sus calles angostas, casas de colores y la imponente «Sé de Lisboa». Al subir a la cima del «Castillo de São Jorge» se disfruta de una vista espectacular de la ciudad y es una jornada por la historia medieval de Portugal.



La modernidad y la tradición se encuentran en locales como el barrio del Chiado y la Avenida da Liberdade, donde tiendas elegantes se mezclan con cafés tradicionales y librerías históricas. La experiencia de pasear por Lisboa es enriquecedora, con la oportunidad de explorar museos fascinantes, como el «Museo Nacional del Azulejo» y el «Museo Nacional de Arte Antigo».

Lisboa, que en los últimos años ha estado asistiendo a un crecimiento de la base económica de la ciudad, a un aumento de la oferta cultural y a una dinamización turística sin paralelo, que incorporó naturalmente esta nueva realidad que es el reconocimiento de la gastronomía como área de desarrollo y de atracción. De los que aquí habitan y de los que nos visitan.

Así, el turismo y la gastronomía están intrínsecamente conectados, ofreciendo oportunidades para el intercambio cultural, el conocimiento y la valorización de las tradiciones locales. Una nueva forma de viajar es a través de la explotación de la rica diversidad gastronómica y de la descubierta de los sabores que cada destino tiene a ofrecer.

La Gastronomía ha estado viniendo, a justo título, a ocupar un lugar destacado en la iniciativa económica, en la divulgación cultural y en la promoción turística. Además de sus ramificaciones para áreas tan importantes como la educación y la salud, donde la necesidad de inculcar hábitos alimentarios saludables y la llamada educación del gusto constituyen una preocupación creciente de los diversos agentes de las sociedades contemporáneas.

Datos de 2023 indican que la Gastronomía de Lisboa es considerada por los turistas como uno de los grandes elementos de diferenciación de la ciudad de cara a otros destinos concurrentes. Además de la Autenticidad de Lisboa (que incluye la historia y el patrimonio) para aproximadamente el 33% de los preguntados, de la Dimensión Humana (que incluye la seguridad, la simpatía y la hospitalidad) que es

referenciada por el 42% de las personas, la Gastronomía y la Cultura son indicadas por el 47% de los encuestados, como un gran factor de identificación de Lisboa, siendo aún referenciados la Modernidad, el Clima, la Creatividad y la Calidad Urbana.

Además, Lisboa es un punto de partida ideal para explotar otras regiones de Portugal, como Cascais, Sintra y la región vinícola del Alentejo y, más al norte, el Douro Vinhateiro. Con su rica historia, arquitectura impresionante y una atmósfera acogedora, Lisboa es un destino turístico imperdible para quien busca una experiencia verdaderamente inolvidable.

Para los amantes de la gastronomía, Lisboa es también un paraíso. Los mercados de alimentos tradicionales, los restaurantes que sirven platos auténticos como el pastel de bacalao y la caldereta de pescado, y los cafés que ofrecen deliciosos *pastéis de nata* son solo algunas de las opciones que satisfarán los paladares más exigentes.

La gastronomía de Lisboa es un verdadero deleite para los amantes de la buena comida. Con una herencia culinaria rica y diversificada, la capital de Portugal ofrece una fusión de sabores que refleja su historia e influencias culturales a lo largo de los siglos.

Al recorrer las calles de Lisboa, es imposible no rendirse a los aromas tentadores que emanan de los numerosos restaurantes, cafés y pastelerías. Desde los clásicos platos tradicionales como el *bacalao a la Brás* y las sardinas asadas, hasta los deliciosos manjares de los dulces conventuales como los *pastéis de nata*, Lisboa es un paraíso gastronómico.

Además de los platos más conocidos, la ciudad también ofrece una variedad de opciones para los más exigentes paladares. El número de restaurantes de cocina de autor y de cocina del mundo ha estado creciendo en Lisboa, gran parte con elevados criterios de calidad, preocupaciones

ambientales y rigor decorativo, lo que mucho se debe a la promoción de la gastronomía que se ha estado haciendo como marca identitaria de la ciudad. El número creciente de restaurantes con estrellas Michelin —Lisboa tiene, en 2024, catorce restaurantes con una o dos estrellas Michelin— atestigua bien esta realidad.

Además de la modernidad e innovación gastronómica, los mercados tradicionales, como el Mercado de la Ribeira, son verdaderos tesoros de productos frescos y locales, permitiendo a los visitantes experimentar el del pescado, de la carne, de los vegetales y de la fruta portuguesas, además de una gastronomía de referencia.

No podemos olvidar la influencia de los viajes marítimos en la culinaria de Lisboa, que trajeron sabores exóticos y especias de todo el mundo. Las influencias africanas, asiáticas y sudamericanas están presentes en platos como el curry de gambas o la *feijoada* a la tramontana, transformando la gastronomía de Lisboa verdaderamente cosmopolita.

En resumen, la gastronomía de Lisboa es una celebración de la diversidad, de la tradición y de la creatividad culinaria. Al visitar esta ciudad encantadora, prepárese para una verdadera jornada de sabores que encantará todos sus sentidos. 🌍



Sabores lusófonos

Brasilia

Considerada Patrimonio Mundial Cultural de la Humanidad y reconocida como Ciudad Creativa del Design por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (Unesco), Brasilia fue elegida por el prestigioso periódico The New York Times como uno de los 52 mejores lugares del mundo para viajar en 2024, siendo la única ciudad brasileña de la lista.

Además de los diversos atractivos cívicos, culturales y naturales, la capital de la República se destaca también como una de las principales ciudades cuando el tema es gastronomía. Influenciada por las culturas de diversos estados brasileños, la culinaria brasiliense se constituyó a partir de la suma de sabores indígenas, europeos, africanos y típicamente brasileños. La calidad y la diversidad de los servicios gastronómicos ofrecidos consagraron la ciudad como el tercer polo gastronómico del país.

Brasilia Distrito Federal

© Ramon Buçard



La gastronomía promueve una experiencia cultural enriquecedora y contribuye significativamente para el desarrollo económico local y regional, constituyendo un fuerte factor de atracción de visitantes. Según datos del Ministerio del Turismo, más del 95 % de los viajeros internacionales que visitan el país evalúan positivamente la culinaria de los destinos brasileños, siendo este uno de los aspectos mejor evaluados por extranjeros. Además, las empresas del sector de comercio de bienes, servicios y turismo representan casi el 50 % del PIB privado del Distrito Federal.

De esa forma, el turismo gastronómico ha emergido como uno de los segmentos más prometedores dentro de la industria del turismo. En el Distrito Federal, el gobierno ha implementado políticas que visan fortalecer este sector, reconociendo su capacidad de generar empleo y renta y de promocionar la inclusión social. La legislación local también apoya el turismo sostenible y el ecoturismo, creando un ambiente propicio para el crecimiento del turismo gastronómico.

Uno de los destaques del Turismo Gastronómico de Brasília es el Lago Oeste. Localizado entre Sobradinho, Brazlândia y el Plano Piloto, el local es un importante productor de verduras de la región que se estableció como referencia en agroforestería.

La producción agrícola de la región cuenta con espacios de plantación bioecológica y orgánica y utiliza sistemas de plantaciones sostenibles, como la permacultura y la agroforestería. En el local, se producen verduras y frutas, yerbas gastronómicas, cafés especiales y pimientos, siendo también una región reconocida por la creación y comercialización de diversos animales, como la cabra.

Para promover el turismo en la región, emprendedores locales se unieron con el objetivo de crear una ruta donde el visitante tiene acceso a todo lo que se

produce y se ofrece por allí. *El Viva Lago Oeste* se creó en 2019 y cuenta con 16 socios, entre restaurantes, estancias, casas rurales y productores orgánicos y de lácteos. La iniciativa cuenta con el apoyo de la Secretaría de Turismo para impulsar la iniciativa local, la renta y el empleo. A partir de esa ruta, la Secretaría desarrolló la Ruta Lago Oeste.

Uno de los principales atractivos de la Ruta Lago Oeste es el restaurante Brasis, comandado por la chef Di Oliveira. Indicado como chef revelación y restaurante revelación por la revista *Encontro Gastrô*, el local presenta una mezcla de sabores de la gastronomía brasileña.

El restaurante está insertado dentro de un área de preservación ambiental, y es también una galería de arte con varios cuadros de artistas brasileños, además de esculturas y piezas del folklore nacional. El restaurante premiado, con gastronomía autoral y ambiente rústico, está muy bien decorado en medio de la naturaleza local.

En el menú, los sabores del bosque, como *jambu*, *seriguela*, frambuesa del bosque y *pequi* se incorporan a los platos. El buque insignia son los frutos de mar, además de carnes rojas y opciones vegetarianas.

Entre los platos más pedidos está el Camarón de la Chef, preparado con camarones rosados crujientes rebozados en la harina de panco y coco, con arroz de *bacon*, puerro, tres pimientos, cebolla y palmito



© Brasília Distrito Federal

Filete del bosque



Camarão da Chef



pupunha. Acompaña vinagreta ahumada y *farofa* de limón siciliano. El restaurante también sirve una sartén un poco diferente, con *tucupi* y *jambu*, y *pirarucu* y un filete a la salsa de frambuesa del bosque.

Otro destaque es el menú clásico de cinco etapas, que pasea por los principales platos de la casa. Uno de los platos es el filete del bosque, que es un filete de solomillo alto, a la parrilla y en mantequilla de yerbas y colocado en una salsa de frambuesas del bosque, acompañado de un *aligot*, de quesos *emmental* y *canastra*, y *farofa*.

En ese contexto, la Secretaría de Turismo del Distrito Federal (SETUR-DF) ha estado trabajando para integrar el turismo gastronómico con otras formas de turismo, como el turismo rural, el turismo de eventos y el enoturismo, que ha ganado destaque con el desarrollo de vinícolas en la región.

Como materialización de ese trabajo, se desarrolló la Ruta de las Uvas, y se está desarrollando la Ruta del Café.

El gobierno está estimulando también la realización de grandes proyectos, como el Comida di *Buteco*, y apoyando a una serie de eventos gastronómicos locales, como el *Brasília Restaurant Week*, el *Brasília Gourmet Festival* y el *Encontro Gastrô*. Además, está invirtiendo en grandes eventos y estimulando la participación del sector gastronómico de la ciudad en ferias, festivales y shows.

Otro proyecto patrocinado por el gobierno del Distrito Federal y realizado por la SETUR-DF, en conjunto con el Senac-DF, es la implantación de una empresa pedagógica de gastronomía en la *Casa de Chá*, un importante punto turístico de la ciudad. El objetivo es poner en valor ese patrimonio histórico y cultural, fomentar el turismo y ofrecer al público un local accesible y receptivo. Se ofrecerán platos típicos que demuestren la diversidad de la culinaria brasileña y pongan en valor la producción brasiliense.

Además del impacto económico, el turismo gastronómico en el DF está intrínsecamente conectado a programas sociales que promueven la seguridad alimentaria y el bienestar de la población. Programas como el *Prato Cheio* y la Cesta Verde garantizan que familias de baja renta tengan acceso a alimentos saludables y nutritivos. Esas iniciativas no solo combaten la inseguridad alimentaria, sino que también promueven la educación nutricional y la valorización de los productos locales.

De esa forma, el turismo gastronómico en el Distrito Federal es un ejemplo de cómo la gastronomía puede ser un motor para el desarrollo económico y social. Las políticas públicas implementadas tienen como objetivo no solo promocionar el DF como un destino turístico, sino también generar beneficios cuantitativos y cualitativos para la población local. Al integrar el turismo gastronómico con programas sociales y estrategias de desarrollo sostenible, el gobierno del DF demuestra un compromiso con la creación de valor social, ambiental y económico para la ciudad. 🌐

Sabores lusófonos

Río de Janeiro

Que Río de Janeiro es la ciudad más turística de Brasil, nadie lo duda. Pero ¿qué es el turismo hoy en día? Además de las bellezas naturales y algunos atractivos ya consolidados, como el *Pão de Açúcar* y el Cristo Redentor, el turista del siglo XXI busca una experiencia única y coherente. Una ciudad que no se da cuenta de esa característica en los viajeros actuales y que apuesta en una fórmula ultrapasada está destinada al fracaso y perderá billones de dólares en ingresos.

Antônio Mariano

Subsecretario de Asuntos Estratégicos
Alcaldía de Río de Janeiro

© Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro

Dentro de esa lógica, diversas formas de incrementar el turismo y, en consecuencia, el desarrollo económico de un municipio viene surgiendo a lo largo de los últimos años, en todo el mundo. Desde el aprovechamiento de áreas ya existentes, pero nunca explotadas, hasta la creación de nuevos paradigmas. Y el turismo gastronómico no podría quedarse fuera de esa tendencia.

¿Quizá no te acuerdes de comer un plato típico peruano hace 15 años? El sabor único de un ceviche no era ampliamente conocido y no se encontraban restaurantes peruanos como ahora. Ciudades como Lima, que vendió el ceviche como puerta de entrada de su país como muchos otros atractivos turísticos, que se reavertaron e invirtieron en negocios gastronómicos, ahora recogen beneficios. Un intenso trabajo de «gastrodiplomacia», a partir del momento en que ponemos en valor la culinaria tradicional y entendemos que es posible conquistar el mundo... por la boca.

Millones de personas viajan anualmente en busca de los mejores restaurantes, de los platos más sabrosos y de los chefs más renombrados. Rankings y premiaciones, como la Guía Michelin y el 50 Best Restaurants, son excelentes ejemplos de cómo la comida mueve el mundo, de una industria que mueve cifras astronómicas.

Al final de 2023, Río de Janeiro recibió la premiación del 50 Best Restaurants Latin America, por primera vez en Brasil, reenplazando fuertes concurrencias. También ya volvió a la Guía Michelin, junto con São Paulo, luego una interrupción de años. Esas iniciativas marcan el inicio de una oportunidad de oro y un cambio de rumbo

en el turismo gastronómico de Río, que hoy tiene dos restaurantes en la lista de los 100 mejores restaurantes del mundo de 2023.

Río posee, según datos del Ministerio de Trabajo y Empleo (MTE), 42 mil establecimientos de bares y restaurantes, empleando aproximadamente 60 mil trabajadores. Según la Secretaria Municipal de Hacienda y Planificación (SMFP), la ciudad recaudó, en 2023, R\$238,1 millones de impuestos referentes al sector del turismo. Considerando que el turismo gastronómico, potenciado con el Latin America's 50 Best Restaurants, puede aumentar el flujo anual de turistas en Río, la recaudación puede crecer significativamente: R\$ 11,9 millones (escenario del 5%), R\$ 23,8 millones (escenario del 10%) o hasta R\$ 35,7 millones (escenario del 15%) al año. En un período de 10 años, eso representaría un incremento de R\$119,1 millones (escenario del 5%), R\$238,1 millones (escenario del 10%) o hasta R\$357,2 millones (escenario del 15%).

El Ayuntamiento de Río estima que, en 2023, la ciudad haya recibido 5,6 millones de turistas en el total, entre extranjeros (1,2 millón) y nacionales (4,4 millones). Con el fortalecimiento del turismo gastronómico, ese número puede crecer considerablemente, estimándose un aumento anual de 278,7 mil turistas (escenario de crecimiento del 5%), 557,4 mil (escenario del crecimiento de 10%) y hasta 836,1 mil (escenario de crecimiento del 15%). En 10 años, eso puede significar un incremento de 2,8 millones (escenario de crecimiento del 5%), 5,6 millones (escenario de crecimiento del 10%) y hasta 8,4 millones (escenario de crecimiento del 15%) de

turistas adicionales. Es decir, en ese escenario, el turismo gastronómico, impulsado por el *Latin America's 50 Best Restaurants*, puede aumentar la recaudación de la ciudad en impuestos en hasta R\$357,2 millones, con 8,4 millones de turistas más en una década.

Que este sea el inicio de un nuevo capítulo en la historia de nuestra ciudad y de nuestro turismo. Necesitamos aprender a reinventarnos e ir más allá de las tradicionales atracciones de sol, mar y paisaje. Claro, son nuestro buque insignia, ¡pero podemos hacer más! El turismo gastronómico puede y debe ser un resorte propulsor de ese desarrollo tan deseado.

Además de ello, es clave que Río de Janeiro invierta en infraestructura y capacitación para que pueda recibir bien a esos nuevos turistas. Mejorar la calidad de los servicios, promocionar eventos gastronómicos de renombre e invertir en marketing internacional son pasos fundamentales para consolidar a la ciudad como un destino culinario de destaque. Aprovechar el momento y las oportunidades que surgen con eventos internacionales es esencial para criar un legado duradero y transformar la gastronomía en un pilar sólido del turismo carioca. Río tiene todos los ingredientes necesarios para transformarse en un referente global, basta saber cocinar esa oportunidad con sabiduría y visión estratégica. 🌐

Necesitamos aprender a reinventarnos e ir más allá de las tradicionales atracciones de sol, mar y paisaje



Sabores lusófonos

São Paulo

En las últimas décadas, el turismo gastronómico se ha expandido. Es una inmersión en las tradiciones, historias y cultura de una región a través de la cocina, transformando cada comida en una experiencia única que valora los sabores, el medio ambiente y el patrimonio cultural local. Este tipo de turismo va más allá del plato, destacando la gastronomía como elemento esencial de la identidad regional.

Guta Chaves

Periodista gastronómica, escritora y miembro del Observatorio Gastronómico

© Raphael Nogueira

Al explorar mercados, ferias, festivales, restaurantes y espacios gastronómicos que brindan experiencias únicas, los viajeros se conectan profundamente con la comunidad, entendiendo la importancia de la comida y su producción en la construcción de vínculos sociales. Los itinerarios centrados en el turismo gastronómico proporcionan experiencias auténticas e inolvidables para los viajeros que buscan involucrarse con la gastronomía regional.

Desde finales del siglo XIX, São Paulo se ha convertido en un crisol cultural con la llegada de inmigrantes extranjeros y migrantes de otras regiones de Brasil. Esta diversidad ha dado forma a un patrimonio alimentario vibrante y diverso. Con más de once millones de habitantes, la ciudad ofrece una cocina que refleja su población multinacional y regional, combinando más de 50 tipos de cocinas étnicas comerciales con tradiciones culinarias brasileñas.

São Paulo es reconocido en eventos mundiales como un destino gastronómico destacado. Según el *ranking World's Best Cities 2024*, es la tercera mejor ciudad del planeta en cuanto a restaurantes, superando a Nueva York y Londres, y solo por detrás de Tokio y Seúl. En 2024, cinco restaurantes de São Paulo fueron incluidos en la lista de *The Latin America's 50 Best Restaurants*, con evidencia de A Casa do Porco, cuya propietaria, Janaína Rueda, fue elegida la mejor chef del mundo por *The World's 50 Best Restaurants*.

Los itinerarios centrados en el turismo gastronómico proporcionan experiencias auténticas e inolvidables para los viajeros que buscan involucrarse con la gastronomía regional.

Además, la *Guía Michelin 2024* otorgó a quince restaurantes de São Paulo estrellas: tres con dos y doce con una. De este total, siete son japoneses, lo que refleja el crecimiento de esta cocina en la ciudad. También destaca la cocina italiana, con ocho pizzerías paulistas entre las mejores del continente en el *ranking 50 Top Pizza Latin America 2024*, incluyendo cuatro en los siete primeros puestos.

Datos y promoción del Sector Gastronómico en São Paulo

Según la encuesta Dieese/Observatorio de Gastronomía (2022), São Paulo cuenta con unos 29.000 establecimientos de alimentación, lo que representa más del 9 % del total de establecimientos comerciales de la ciudad. De estos, casi 11.000 son bares, restaurantes y similares, que emplean a aproximadamente 252.000 personas, alrededor del 5 % del total de empleos formales en la ciudad.

La producción de alimentos es significativa, con más de 1.200 sitios de agricultura urbana mapeados en la plataforma Sampa+Rural en 2023, muchos de ellos agroecológicos. Estas unidades producen hortalizas, frutas y hortalizas, contribuyendo a la economía, seguridad alimentaria y preservación de las fuentes de agua. El Centro de Ecoturismo Parelheiros, en el sur de la ciudad, también desarrolla itinerarios turísticos basados en la gastronomía y la naturaleza.

Para celebrar la diversidad culinaria de São Paulo, el Ayuntamiento de São Paulo creó el *Trofeo São Paulo: Capital Mundial de la Gastronomía*, que desde 1997 ha sido premiado en diez categorías, incluyendo reportajes en diversos medios y trabajos académicos de los cursos de Turismo, Gastronomía, Hostelería y Periodismo.

La Cámara Municipal de São Paulo mantiene el Comité Extraordinario de Apoyo al Desarrollo del Turismo, el Ocio y la Gastronomía, que se reúne quincenalmente para discutir los desafíos y oportunidades en la zona. El Consejo Municipal de Turismo (COMTUR), liderado por la Secretaría Municipal de Turismo, celebra reuniones mensuales para deliberar sobre iniciativas turísticas, incluido el turismo gastronómico. La sociedad civil y las entidades gubernamentales participan en esta gobernanza.

El Observatorio de Gastronomía

Creado en 2018, el Observatorio de Gastronomía de la Ciudad de São Paulo trabaja en colaboración con varios segmentos de la cadena alimentaria para promover la economía, la cultura, la seguridad alimentaria, el turismo gastronómico y la sostenibilidad. La colegiada establece alianzas a varios niveles y busca posicionar a São Paulo como una capital global de la gastronomía, utilizando comités temáticos para generar soluciones innovadoras. Son: el Comité de Imagen y Patrimonio Gastronómico de São Paulo, el Comité de Gastronomía Social, el Comité de Cualificación Profesional y el Comité de Comida Callejera. Participan organismos e instituciones municipales, asociaciones, cooperativas, ONGs, instituciones educativas, sindicatos, entidades sectoriales, chefs, bares, restaurantes, empresas del sector de la alimentación y distribución, alimentación callejera y productores agrícolas.

El Observatorio de Gastronomía, en representación de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico y Trabajo, forma parte del jurado del Trofeo SP Capital Mundial de la Gastronomía, la Comisión



Extraordinaria de Apoyo al Desarrollo del Turismo, el Ocio y la Gastronomía y COMTUR.

Entre los logros del Observatorio Gastronómico vinculados al turismo gastronómico se encuentran el Festival Gastronómico Modernista y el proyecto de Identidad Gastronómica de São Paulo.

Festival Modernista del Cuscús

En 2022, para celebrar el centenario de la Semana de Arte Moderno, el Observatorio de Gastronomía, en asociación con la Secretaría Municipal de Cultura, comisarió el Festival Gastronómico 22+100: *Modernismo y Gastronomía en la Capital de São Paulo*. El festival contó con 22 restaurantes, que ofrecieron versiones clásicas y reinterpretaciones del cuscús paulista, rescatando una receta tradicional que forma parte de la memoria afectiva de los residentes. Durante el mes de abril se vendieron más de 3.000 cuscús durante el evento. Al finalizar el evento, se lanzó el e-book con la historia de restaurantes, chefs y sus recetas.

Proyecto de Identidad Gastronómica de São Paulo

El Proyecto de Identidad Gastronómica de São Paulo, llevado a cabo por la Ciudad de São Paulo en asociación con la Universidad Anhembi Morumbi, tiene como objetivo mapear y revelar las diversas culturas alimentarias de la ciudad. En 2023, la investigación, realizada por los estudiantes in loco, comenzó en el centro de la ciudad, culminando en el primer Simposio de Identidad Gastronómica de São Paulo. En 2024, el proyecto se expandió a los barrios de Bom Retiro y Mooca, avanzando cada semestre a nuevas regiones. La iniciativa da como

Cuscús y 'virado', recetas muy paulistas

Originario del norte de África, el cuscús llegó a Brasil a través de Portugal, donde se adaptó con harina de maíz. La versión paulista surgió en el siglo XVIII, siendo adoptada por las fincas del interior de São Paulo. En el siglo XIX, el plato era vendido por quitandeiras, mujeres negras que ofrecían comida callejera en la capital de São Paulo. Elaborado a partir de una masa de harina de maíz flocada, formada como un pastel salado, toma ingredientes como huevos, corazón de palma, salsa y rodajas de tomates, sardinas, pollo o incluso camarones.

Otro plato emblemático es el 'Virado' a la Paulista, considerado Patrimonio Inmaterial de São Paulo, que consiste en arroz, carne picada, crepitante, repollo, huevo frito, plátano y salchicha. Creada en el siglo XVII, en la época colonial, la receta se hizo popular en la década de 1940, en la ciudad de São Paulo, cuando los restaurantes comenzaron a ofrecer platos del día para servir a los trabajadores que almorzaban fuera de casa, con el 'Virado' servido los lunes. Costumbre mantenida en muchos establecimientos de São Paulo.

resultado simposios semestrales, guías electrónicas, itinerarios gastronómicos y festivales que celebran la diversidad culinaria de São Paulo.

Para sensibilizar a los establecimientos sobre la importancia del proyecto y seleccionar a los que componen la guía electrónica, se formó un comité con representantes de diversas asociaciones culturales y establecimientos gastronómicos, entre ellos la (Asociación Brasileña de Bares y Restaurantes), ANR (Asociación Nacional de Restaurantes), ABGJ (Asociación Brasileña de Gastronomía Japonesa), Aregala (Asociación de Restaurantes Gastronómicos de las Américas y del Mundo), ABC (Asociación Brasileña de Coreanos), CCCB (Centro Cultural Coreano

en Brasil) y CONSCRE (Consejo Parlamentario Estatal de Comunidades de Raíces y Culturas Extranjeras).

São Paulo es un verdadero mosaico gastronómico, que refleja la diversidad cultural de sus habitantes y su historia rica en influencias internacionales y nacionales. La ciudad no solo es reconocida a nivel mundial por su excelencia culinaria, sino que también continúa innovando y celebrando su identidad gastronómica a través de diversas iniciativas. Estos esfuerzos refuerzan la posición de São Paulo como uno de los destinos más importantes del mundo para los conocedores de la buena comida, contribuyendo significativamente a la economía creativa y la identidad cultural de la ciudad. 🌐

© Hilton Souza/SMDT

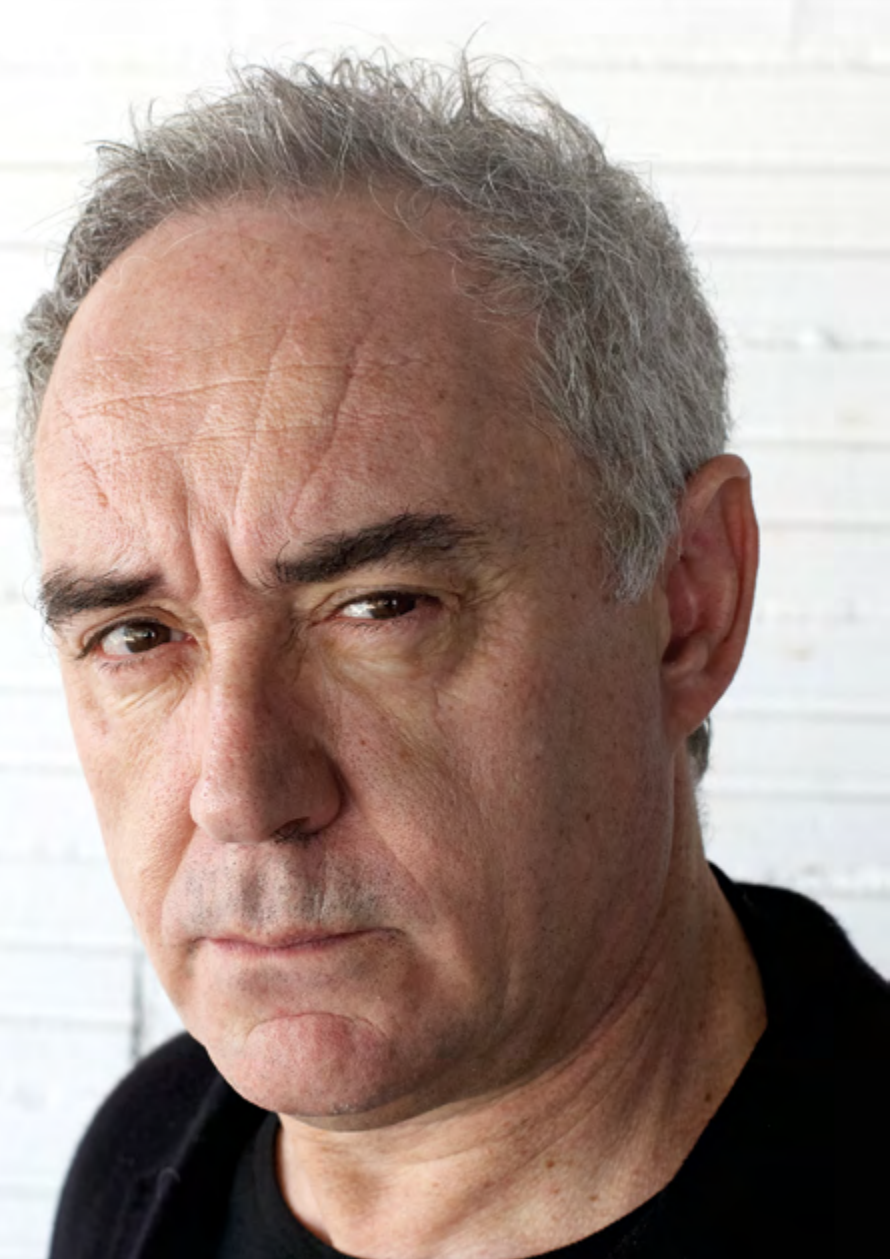


Iberoamérica en la mesa

Ferrán Adrià

El célebre chef Ferran Adrià nos ofrece una perspectiva profunda sobre la alta gastronomía y su visión del talento culinario en Iberoamérica. Adrià, conocido mundialmente por su innovador enfoque en la cocina a través de su legendario restaurante El Bulli, nos comparte su opinión sobre los desafíos y oportunidades que enfrenta la gastronomía hoy en día. Además, reflexiona sobre la importancia de la educación gastronómica y los retos que enfrenta Iberoamérica en este campo, destacando la riqueza y potencial de las cocinas tradicionales de la región. Esta conversación es una ventana invaluable a la mente de uno de los chefs más influyentes de nuestro tiempo.

Fotografías: ©EIBullifoundation. Pepo Segura



¿Qué es la alta gastronomía y qué opina sobre el talento culinario en Iberoamérica?

La alta gastronomía es todo lo que hay alrededor del placer, desde los agricultores, hasta el comensal. Hay que decir que tiene un precio alto porque es muy artesanal y cada vez hay menos productos de calidad. La escasez hace que los precios suban y al final esto arrastra todo lo demás. Dentro de la alta gastronomía hay dos grandes enfoques: uno es la cocina tradicional y otro es la alta cocina. Hoy en día casi siempre es alta cocina creativa porque la alta cocina clásica se hace muy poco. La cocina tradicional va ligada a tu riqueza histórica, cultural y no todos los países tienen una cocina tradicional excelente. Además, la cocina tradicional nace en casa, en las clases populares, donde el tiempo no era un problema, porque la gente estaba en casa cocinando. Hoy en día se cocina muy poco en casa sobre todo en Europa y en Estados Unidos. En América Latina todavía hay lugares donde existe la cocina tradicional, sobre todo en pueblos y esto es una ventaja competitiva. Yo conozco muy bien México y Perú y tienen aún cocinas tradicionales muy buenas. Cosa que en Europa no es fácil.

¿Se puede ser innovador en la cocina tradicional?

No. Son dos cosas diferentes. La cocina tradicional en principio tiene que ser bastante inamovible, otra cosa es que vaya evolucionando y lógicamente lo que hoy es tradicional no es lo mismo que hace doscientos años. Es verdad que se puede refinar, o renovar, pero entonces entramos en un campo que genera conflicto porque si se renueva ya sería alta cocina, donde también, puedes inspirarte o no, en la cocina tradicional.

En elBullifoundation ofrecen herramientas para afianzar la gastronomía como una disciplina académica. ¿De qué manera la gastronomía puede seguir evolucionando de la mano de la educación?

La gastronomía no ha sido una disciplina universitaria hasta hace veintidós años. La primera universidad donde se hace un grado es en Italia. Todo el conocimiento de calidad o se genera en las empresas o en las universidades. Falta mucho contenido de calidad para nuestra profesión, para nuestra disciplina. En elBullifoundation, sobre todo con Bullipedia, estamos marcando camino para hacer, pero tenemos que ser realistas y tardaremos seguramente veinte años en ser otra disciplina donde un profesional pueda contar con el mejor conocimiento. Para que te hagas una idea no hay ningún libro de la historia de alta cocina que sea una referencia mundial. Las escuelas de cocina, que hacen un trabajo maravilloso, no tienen tiempo de investigar, de estudiar y si no hay investigación y no hay estudios, es imposible.

¿Cuáles son los retos en cuanto a formación gastronómica se refiere y qué ciudades iberoamericanas son referencia en este ámbito?

Nosotros con la Universidad de Comillas estamos haciendo una Universidad en Madrid, Madrid Culinary Campus (MACC), nuestra voluntad es compartir mucho de lo que se haga con las escuelas de cocina y con otras universidades. Al final mi trabajo es procurar que mi sector mejore continuamente. Las ciudades que, según los reconocimientos, tienen más prestigio, son Lima y Ciudad de México pero no sé si hay alguna universidad gastronómica en América Latina, universidad, no grado. Es decir, que esto es un reto, que al menos se cree una primera universidad para el mundo latinoamericano. Tener buenas universidades gastronómicas es un tema importantísimo de cara al futuro.

¿Cuáles crees que son los aspectos que más atraen de la gastronomía iberoamericana a los turistas internacionales?

Normalmente el turismo de alta gama, el turismo de calidad, uno de los aspectos por lo que se mueve es por la gastronomía.

Cuanta mejor gastronomía tenga un país, o una ciudad, más importante es y este tipo de turismo se mueve por una buena cocina tradicional y una alta cocina de calidad. España lleva liderando la alta cocina creativa en los últimos veinte años y también, la cocina tradicional. Es verdad que hoy en día no es fácil hacer una oferta de cocina tradicional a un precio de los que veíamos antes. La gasolina ha subido, la inflación de los productos, pero aún quedan sitios. La gastronomía es vital para el turismo de alta gama, no como turismo gastronómico, sino para el turismo de alta gama.

¿Crees que se está impulsando correctamente el turismo gastronómico en España?

La comunicación podría ser muchísimo más intensa. Hemos normalizado que en los últimos quince años haya tres o cuatro restaurantes entre los diez mejores del mundo, el día que no pase, igual nos damos cuenta de que quizás no hemos explotado todo esto de una manera importante. Que yo conozca, no se ha

hecho ninguna campaña conjunta de país. En España tenemos que ser conscientes de que la edad de oro que se ha vivido entre el año 2000 y el 2020 aún dura, pero no va a ser fácil que dure otros cien años ¿Cómo se puede ayudar a que continuemos? Educación, educación, educación, o en su caso, formación.

¿Qué importancia tiene la calidad de la materia prima española?

Es vital y esto es una de las cosas que hacen falta, no hay un inventario sobre la excelencia en España. Saber cuántos restaurantes de cocina tradicional, cuántos restaurantes de alta cocina.... Hay que hacer un buen estudio de mercado, saber qué hay y cómo lo contextualizamos, porque hoy en día tenemos un problema porque los productos, sobre todo los del mar, son los que son.

¿Cómo se encara este desafío?

Hay que hacer un estudio de mercado, para después poder comunicar y comercializar. Tenemos que buscar a estas tres o cuatro personas que tengan un talento



descomunal y ayudarles para que puedan desarrollar su trabajo a nivel empresarial. Hay que hacer un plan estratégico en relación al turismo gastronómico en el gobierno español. Por ejemplo, en España tenemos la mejor educación universitaria en gastronomía, tenemos el Basque Culinary Center, Gasma... Hay que poner recursos al máximo, no para hacer muchas más, sino para que tengan los medios para ser los mejores. Es bastante inexplicable que se invierta tan poco en educación, en un sector que es tan importante para el turismo.

¿Cómo cree que la tecnología cambiará la forma en la que cocinamos o disfrutamos de la comida?

Una de las ventajas competitivas que tiene la experiencia en un restaurante es que la tienes que vivir. Como en cualquier otro sector, la tecnología ha cambiado las plataformas de reserva, o todo el tema de gestión... Pero creo que en la medicina por ejemplo, se aplicará más que en la propia gastronomía.

¿Qué lugar le ha sorprendido más en cuanto a innovación en la cocina?

Toda Latinoamérica está increíble. Hoy en día, Latinoamérica ya habla de tú a tú a

Europa y a Asia. La cocina mexicana es algo descomunal. La cocina tradicional va apoyada de grandes civilizaciones y en México ha habido grandes civilizaciones, o en Perú, en Brasil, en Argentina, en Colombia, en Ecuador... he visto una evolución enorme en los últimos años, y va a seguir porque está habiendo una generación de gente joven, tanto en la cocina como en la sala, que van a lograr que en América Latina, haya, de aquí a diez años, casi el mismo nivel de restaurantes gastronómicos que en Europa.

¿Hay algún área de la gastronomía que le gustaría explorar en sus futuros proyectos?

El país del futuro es China, esto es indiscutible. Porque China es una civilización de siete mil años. Es la gran desconocida, sus regiones, su cocina tradicional... Cuando hay más de 1.400 millones de habitantes lógicamente es también más fácil que salgan más talentos. 🌐



Iberoamérica en la mesa

Ángel León

Fotografías: © Álvaro Fernández



Ángel León es una figura emblemática en la gastronomía mundial, cuya vida y carrera están profundamente arraigadas en su pasión por el océano. Desde su infancia, desarrolló una conexión única con el mar que luego lo llevaría a la cocina. Con una obsesión por explorar y aprovechar al máximo los recursos marinos, Ángel León ha revolucionado el mundo culinario con propuestas audaces y sostenibles en su restaurante Aponiente. Este establecimiento, es un santuario de innovación y respeto por la naturaleza. En esta entrevista, Ángel León comparte su fascinante trayectoria personal, su compromiso con la sostenibilidad, y su visión sobre el futuro de la alimentación, invitándonos a mirar el mar con nuevos ojos y a descubrir los tesoros que esconde.

¿Qué despertó en ti la pasión por la cocina y en especial por los productos del mar?

Lo primero siempre ha sido el mar. El mar me llevó a la cocina. Mi amor por el mar me lo inculcó mi padre con quien salía a pescar desde pequeño. Nunca fui buen estudiante y además soy hiperactivo de libro y el mar es el lugar donde encuentro la paz y la calma. Siempre explico que lo primero siempre ha sido el mar y después vino la cocina y el convertirme en cocinero. Cuando salía de pesca con mi padre y llegábamos a casa con todo lo pescado mi madre no quería limpiarlo y yo me encargaba. Me gustaba acariciarlos, sentir la tersura de su piel, rajar sus barrigas para conocer qué comían y así saber qué cebo poner. De este modo iba conociendo la cadena trófica y me iba familiarizando con los cortes en el pescado.

¿Te reconoces en el apodo «El Chef del Mar»?

Mi obsesión siempre ha sido el mar. Desde pequeño mi fascinación por el mar y sus especies alimentaron mi fantasía y fueron creando en mi esa curiosidad. Dentro de todas las especies siempre he tenido predilección por dar voz a todos esos pescados que el mundo, el sistema, no considera por cuestiones de moda, siempre he sido el altavoz del descarte por

convicción. Creo que toda esa biomasa marina es una ingente fuente de alimentación y que nada tiene que desmerecer a otras especies. Si bien es cierto cuando abrimos Aponiente y radicalizamos nuestra propuesta gastronómica a sólo cocinar pescado, hubo quien me tachó de loco, pensando que nuestro camino, nuestro recorrido culinario sería limitado, pero realmente sólo conocemos el 5 % del océano.

¿Hay algún producto de la despensa del mar que le haya sorprendido recientemente?

La *Canavalia rosea*, una leguminosa marina que constituye una extraordinaria fuente de proteínas. Es una planta que se encuentra de forma natural en dunas frente a la orilla del mar en latitudes tropicales y subtropicales de África y América. A pesar de que esta planta es conocida desde los tiempos prehispánicos, sus aptitudes para el consumo humano no se han difundido. Presenta altas concentraciones de proteínas de alta calidad (hasta un 50 %), hidratos de carbono complejos (alrededor de un 40 %), además de una impresionante variedad de vitaminas y minerales, incluido el hierro. Por otra parte, esta leguminosa posee un contenido muy bajo en anti nutrientes, lo que convierten a este fruto del mar en una solvente y beneficiosa alternativa alimenticia.

¿Quiénes han sido tus mayores influencias e inspiraciones en tu camino como cocinero?

Los grandes de nuestra cocina.

Sueles decir que «no hay creatividad sin necesidad» ¿Cuál ha sido el mayor desafío que has enfrentado en tu trayectoria como chef y cómo lo superaste?

Los principios no fueron fáciles. Nadie entendía nuestro trabajo. Entraban clientes veían la carta y se piraban. La crítica tampoco... fueron años nadando contracorriente. El cliente cuando venía a un gastronómico espera producto y nosotros les servíamos plancton y pescado de descarte. Me «acusaban» de robarle la comida a las ballenas... jajajaja Lo desconocido siempre genera incertidumbre y soy un cocinero al que más que descubrir nuevas técnicas me emociona encontrar ingredientes del mar inéditos para el ser humano. Eso supone desafíos nuevos siempre.

Uno de los aspectos fundamentales de tu cocina es la sostenibilidad, de hecho, Aponiente está considerado uno de los restaurantes más sostenibles del planeta ¿Cómo integras las prácticas sostenibles en tu cocina?

De manera absolutamente orgánica. En Aponiente llevamos reivindicando la conservación de la naturaleza desde nuestros inicios, cuando nadie hablaba de esto. Me gusta más usar esa palabra que la tan prostituida sostenibilidad. Hoy todo quiere ser sostenible.

¿Qué innovaciones sostenibles has implementado recientemente y cómo han sido recibidas por tus clientes y equipo?

Pues desde el empleo del pescado de descarte, en las formas de recibir a los proveedores y sus productos, en el consumo de productos de nuestro entorno más cercano, en el uso en elaboraciones desde las escamas hasta las espinas

de los pescados, en el propio edificio del Molino de Mareas donde está situado Aponiente, un lugar abandonado y que hemos reinventado para cada vez ser más autosuficientes energéticamente con los paneles fotovoltaicos que nos coronan en el techo... son muchas las acciones en las que en el día a día nos hacen mantenernos atentos en nuestras prácticas.

¿Qué rol crees que juegan los chefs en la educación y concienciación sobre la sostenibilidad alimentaria?

Hoy en día la cocina está de moda ¡Hasta los niños quieren ser cocineros en vez de policías o bomberos! Hemos de tomar conciencia que la gastronomía es un altavoz en la sociedad y juega un papel clave en la forma de alimentarnos.

Uno de los proyectos que imagino te sentirás muy orgulloso es el de 'Despesques', que por cierto ya es referencia en el mundo de la gastronomía...

Despesques es un foro de debate internacional que se celebra cada dos años. El motivo central que nos reúne es promover una revolución sostenible. Un momento donde reflexionar sobre el papel que la hostelería quiere asumir en la sociedad aprovechando el altavoz que supone este sector. Son reflexiones compartidas desde el ámbito de la cocina, con la convicción de intentar generar un mundo más sostenible. Se trata de un encuentro profesional, íntimo, sin más asistentes que los cocineros e invitados de otras disciplinas, para reflexionar a puerta cerrada sobre los desafíos medioambientales y cómo dar un paso al frente.

También es una gran convivencia libre en la naturaleza. Un lugar de encuentro y de reconexiones. Un paréntesis en el frenético ritmo habitual para dialogar y tomar conciencia de nuestro entorno, de nuestra manera de relacionarnos con nuestros medios más afines, esos de los que nos alimentamos.



¿Qué aspectos de Aponiente consideras que más atraen a los turistas?

Creo que Aponiente tiene un enclave único y un discurso diferente. Un restaurante situado en un antiguo molino mareal del siglo XIX, donde el agua del caño pasa por debajo del restaurante, donde sólo se cocina el mar y en pleno parque natural de la Bahía de Cádiz... donde ponemos en valor especies que el mundo no quiere y desvelamos ingredientes inéditos y damos a degustar sabores a los que no estamos acostumbrados...

¿Qué potencial ves en Iberoamérica para convertirse en un referente mundial en turismo gastronómico sostenible?

Mucho potencial. Tengo grandes compañeros por allá, con proyectos muy serios y que además están poniendo en valor su entorno, su territorio, sus productos... siendo fieles a lo suyo y trascendiendo fronteras... quizás el gran precursor en su momento fue Gastón Acurio... hoy en día en lo que turismo gastronómico sostenible se refiere, sin duda Virgilio Martínez y Rodolfo Guzmán...

¿Qué impacto te gustaría que tuviera tu carrera en las próximas generaciones de chefs y en la industria gastronómica en general?

Sin duda que fuera un reclamo para mirar al mar con hambre. Estoy convencido que el futuro de la alimentación pasa por el mar.

Si tuvieses que elegir una ciudad iberoamericana para abrir un restaurante, ¿Cuál sería y por qué?

En esta pasada temporada he tenido ocasión de estar en México en varias ocasiones, una de ellas visitando Sonora y la tribu de los seris que recolectan zosteria marina, el proyecto de I+D del cereal marino nace de esa curiosidad. Por fin pude conocer la labor que hacen allí, cuando fui con dos de los biólogos que tenemos en Aponiente. Por otro lado, y en otra versión muy diferente pude hacer un cuatro manos con mi amigo Jorge Vallejo, que nos dio gloria bendita y que me enseñó muchísimo de su cultura gastronómica y lo disfruté como un enano. Me enamoré de muchas de las técnicas de allá... 🌐



Iberoamérica en la mesa

Henrique Sá Pessoa

Henrique Sá Pessoa ha conquistado paladares en todo el mundo con su enfoque innovador de la cocina portuguesa. Desde sus primeros pasos en Estados Unidos, Henrique nos llevará de viaje a través de sus experiencias y aprendizajes. Descubriremos cómo la gastronomía puede transformar el turismo de una ciudad y cómo integra la rica cultura iberoamericana en sus propuestas culinarias. Prepárense para una conversación llena de sabor, pasión y creatividad con uno de los chefs más destacados de nuestra era.

Fotografías: © Silvia Martínez



¿Cómo comenzó tu pasión por la gastronomía?

La pasión empezó tarde. A los 18 años me fui a Estados Unidos a hacer programa de intercambio cultural, fui a vivir con una familia americana y me gradué en high school. Allí fui a visitar una escuela de cocina y me quedé fascinado. Estuve un año estudiando allí y después me fui a trabajar a Londres, ahí empezó todo.

¿Cómo crees que la gastronomía puede contribuir al atractivo turístico de una ciudad?

El turismo gastronómico es algo muy importante para la economía de un país. No solo por la identidad, ya que hablamos de costumbre, de producto, de experiencias... Para mí es muy importante que la experiencia de los conceptos en mi restaurante sean los más representativos de mi como cocinero, pero también de mi país como portugués. Ahí es donde te das cuenta de que tu trabajo no solo es dar de comer y tener un negocio, también tienes una responsabilidad de que este espacio que te representa a ti, represente también a tu país en todo lo que es importante de la gastronomía. Es importante que haya calidad para que el nivel de turismo y la masa crítica te vea como una referencia.

¿Cómo integras esta experiencia culinaria con la cultura de Portugal para ofrecer una experiencia completa a tus clientes?

Al principio mi cocina era muy internacional porque me había formado en Estados Unidos, trabajado en Londres y en Australia... Con el tiempo empecé a investigar y aprender más sobre la cocina portuguesa. No es que no tenga nada de cocina internacional en mi restaurante porque tengo influencias, pero son esas influencias las que le dan el toque personal. Como punto de partida, me enfoqué en la cocina tradicional portuguesa y desde ahí innové.

Sostenible es tener también tu equipo con unas buenas condiciones de trabajo. En los últimos años me he enfocado mucho en cambiar esta filosofía de que trabajar en un restaurante Michelin es trabajar 18 horas.

¿Cómo integras esta experiencia gastronómica en Alma con la promoción de un turismo sostenible?

En Alma, el 95% es producto portugués, principalmente pescado, porque creo que la gran diferencia es nuestra costa, somos una cocina atlántica. En términos de sostenibilidad, creo que cuando hablamos de alta cocina es normal que el chef tenga el mejor producto del mejor productor. Cuando hablamos de un menú degustación de 15 platos, sostenible sería hacer un menú de un plato. Ahí hay una conversación que se torna en muy complicada. Sostenible es tener también tu equipo con unas buenas condiciones de trabajo. Durante muchos años sabíamos que trabajar en un dos estrellas Michelin era algo muy difícil, con horarios complicados, con mucha presión... En los últimos años me he enfocado mucho en cambiar esta filosofía de que trabajar en un restaurante Michelin es trabajar 18 horas, y así ser más sostenible para mi equipo, más sostenible para mí y para el negocio.

El cambio climático es otro de los grandes desafíos que enfrenta la gastronomía..

Sí. Yo intento pensar en una escala más pequeña porque si piensas de una forma demasiado global, al final no consigues hacer nada. Intento averiguar cómo puedo ser sostenible con mis vecinos, en mi restaurante, cómo puedo mejorar mi comunidad alrededor. Creo que si todos pensamos así, el mundo va a cambiar de una forma global.

¿Cómo describirías la gastronomía iberoamericana?

Es de las más sabrosas del mundo. En términos de producto, en términos de cultura, en términos de historia, es increíble lo que tenemos. Y ese orgullo por la cocina que también se refleja en el turismo. Esa filosofía de pensar siempre que somos los mejores tiene que ver mucho con nuestra forma de ser... El placer que tenemos por comer, nuestra cocina y la forma en la que lo transmitimos a los turistas que nos visitan. Siempre hablamos de nuestra gastronomía con mucho orgullo y eso no lo veo en otros países.

¿Qué ciudades de Iberoamérica merecen una especial atención por cómo trabajan los pescados y los mariscos?

Además de Lisboa, yo creo que en España, el País Vasco y Galicia. De Latinoamérica, creo que Chile tiene un marisco absolutamente magnífico también.

¿Cuál es la ciudad que más te atrae en términos de turismo gastronómico?

Ciudad de México. Ahora mismo está increíble a nivel también de destino gastronómico. Yo creo que México ha invertido mucho en sus cocineros, también Perú. Creo que el gobierno ha invertido mucho y queda claro que los chefs pueden ser embajadores del turismo.

¿Está la cultura iberoamericana integrada en tu propuesta gastronómica de tu nuevo restaurante Sereia en Miami?

El concepto es un restaurante de cocina ibérica donde estoy vendiendo cada vez más una cocina marítima, una cocina muy influenciada en el producto del mar.

Intento buscar el mejor pescado del noreste de los Estados Unidos, en la zona de New England, una zona de agua fría, de Atlántico también. No es el mismo pescado que tengo en Lisboa, pero es un pescado de gran calidad. El tema de

los Estados Unidos es un tema en el que quiero invertir bastante tiempo, porque creo que Miami es una ciudad que está todavía por crecer muchísimo y creo que en los próximos diez años se va a tornar en destino gastronómico.

¿De qué plato te sientes especialmente orgulloso?

Eso es siempre muy difícil decir porque es como preguntar a qué hijo quieres más, pero yo creo que uno de los platos más emblemáticos que tengo en todos mis restaurantes es *el bacalhau à brás*. Es un plato muy sencillo y yo hice una interpretación. Cuando me inspiro en un plato tradicional, pienso en qué puedo deconstruir (que Ferrán Adrià hacía mucho eso también, ir a cada detalle del plato). Imagínate, tienes la cebolla, el ajo, el aceite de oliva, el bacalhau, el perejil, las aceitunas ¿Qué puedo hacer con todos los productos? Individualmente, sacar lo mejor del producto y luego con la mezcla, hacer algo muy tradicional, que el comensal cuando lo pruebe diga, este es un bacalhau à brás, pero elevado a algo espectacular.

¿Tu restaurante preferido de los nueve que tienes?

De Alma es dónde sale todo. Y Alma tiene una influencia enorme en todo lo que hago. Hoy en día, tengo Ámsterdam, Londres, Macao, Miami, Porto, y cuatro en Lisboa. Lo más importante para mí es tener una identidad muy propia, que en cada restaurante donde vayas, reconozcas la cocina de Henrique Sá Pessoa.

¿Qué te inspira?

Viajar. Paso cuatro meses fuera de casa viendo las costumbres, las formas de pensar de las personas, lo que les gusta, lo que no les gusta... Soy una persona muy atenta que absorbe mucho lo que pasa a mi alrededor y eso, cuando vuelvo a Portugal, es algo que influencia siempre mi forma de pensar cuando estoy creando platos.



¿Cómo repartes el tiempo entre la investigación y desarrollo del producto?

Tengo una estructura de tres personas que están conmigo siempre. Un chef de cocina de I+D, un chef ejecutivo que hace las rutinas de control de calidad en todos mis restaurantes y una persona que me trata toda la parte personal, de congresos... etc. Es importante dar protagonismo a tu equipo y principalmente a personas que están contigo desde hace ocho o diez años.

¿Cuáles son tus retos de futuro?

Mi futuro pasa por ser un embajador de la cocina portuguesa. Quiero que en un futuro, tu pienses en la cocina portuguesa y pienses en Sá Pessoa. No por mí, ni por mi ego, sino por expandir la cocina portuguesa. 🌐



Iberoamérica en la mesa

Narda Lepes

Fotografías: © Martin Piccinati

Con una carrera marcada por la pasión y el compromiso con la cocina saludable y sostenible, la chef Narda Lepes ha revolucionado la manera en la que entendemos y disfrutamos los alimentos. Su estilo fusiona creatividad, tradición e innovación y se refleja tanto en sus restaurantes, como en sus programas de televisión y libros de cocina. Su figura ha ido de la mano de la esencia de la gastronomía argentina homenajeando a sus raíces en cada receta y promoviendo una cocina consciente y auténtica. Es una de las voces más respetadas en la gastronomía a nivel internacional y de la cual hemos tenido el privilegio de aprender.



¿Qué principios son los que guían tu cocina?

Cuando empecé a cocinar siempre fue a través del ingrediente y del producto. Ahora hay ciertas cosas que las sabemos, podemos elegir creerlas o no, pero es más evidente cómo se produce la comida, o las consecuencias de comer ciertas cosas. Todo eso, antes no era tan obvio. Cuando empecé a viajar, empecé a ver qué patrones había en común en la alimentación de los lugares que llevaban a cosas positivas, o negativas. Entonces ahí empecé a ver cómo se producía, pero no era sólo el producto, sino dónde y cómo era producido. La televisión en ese momento era muy poderosa y acarrea una responsabilidad porque estabas promoviendo algo.

¿Cuál es el elemento de diferenciador de cada uno de tus negocios?

Narda Comedor es la madre, la base, la nave nodriza, y el primero que abrí en esta etapa ya de adulta. El condicionante que tiene es que a mí me guste. No voy a hacer nada, que yo no coma. Tiene que ver con viajar, tiene que ver con comer bien, tiene que ver con que los niños son bienvenidos. Tiene que ver con hacerte probar cosas que quizás no probaste nunca, con recuperar recetas que quizá encuentras en algún lugar y que muchas veces me pasa que encuentro recetas que tienen cosas en común con otras de otros lugares en Argentina. Tratar de hacerlo con respeto, no cambiarle la esencia de lo que es, sino ayudar a presentarlo de otra manera. Y eso es lo que me gusta hacer.

Kōnā es japonés y lo que yo quería era ser un restaurante japonés como sería en Japón. Si yo agarro un cardo, ¿qué haría una abuela japonesa con este cardo? Y a partir de ahí lo hacemos más elaborado, pero el proceso de pensamiento es ponerme en la cabeza de una abuela japonesa que dice 'a ver qué hago con esto y con las herramientas de cocina que tendría una abuela japonesa entonces'. Se puede, a partir de ahí decimos, bueno, esto lo haría al vapor,

lo haría en una ensalada, lo pondría con arroz... Trabajar con un frame para pensar la comida de un lugar es divertido.

Y en el aeropuerto, hice lo que yo busco en los aeropuertos, porque viajo mucho, queremos que tenga lo que yo como los aeropuertos o lo que quiero comer.

¿En qué consiste tu labor en el Consejo Internacional del Basque Culinary Center?

La primordial es la de elegir al ganador del *Basque Culinary World Prize*. Esa es la principal responsabilidad que tenemos. Y cuando digo responsabilidad es porque es un trabajo que empieza antes, con la convocatoria y la preselección. Esa convocatoria tiene que ser lo más visible posible y para ello necesitas a gente influyente. Es también un ejercicio de escuchar y tratar de no imponer, incorporando el pensamiento del otro en lo que quieres. Es un ejercicio muy enriquecedor y de una humildad importante.

Has llevado a cabo muchas acciones en términos de responsabilidad social ¿De cuál te sientes más orgullosa?

De la ley de etiquetado. Cuando se presentan leyes en Argentina que tengan que ver con el alimento, a veces me las mandan para que las vea. Yo ya seguía este tema cuando no era un asunto de opinión pública. Desde hace 25 años que miro la ley de etiquetado en todo el mundo por lo que era algo donde estaba muy cómoda al respecto. En un momento salió una ley para ponerle un impuesto al azúcar y dije, «buenísimo, el impuesto al azúcar, dale». No supondrá grandes cambios, pero marca una agenda interesante, hablaste del tema. Pero esa ley incluía que el impuesto también fuese para el alcohol. Yo estuve 25 años viendo cómo se producen los alimentos y en un país como Argentina, que tiene una industria vitivinícola de agricultura familiar enorme, no puedes poner el mismo impuesto a algo que está centralizado, y a algo que es federal y descentralizado. Entonces dije «esa

ley no». Y no soy incoherente, es que sé de lo que hablo.

Todo ese tiempo que estuve en la televisión me permitió poder explicar algo complejo de una manera más amable, o poder limpiar de ruido, porque lo que se hace en general cuando hay un tema así, es cargarlo de ruido.

¿Qué papel juega la ciudad de Buenos Aires en la escena gastronómica tanto de Argentina como en Iberoamérica?

Hace unos 20 años, la cocina en Buenos Aires era principalmente internacional, con productos importados. Luego, la economía cambió y no se podían traer productos del exterior, lo que llevó a muchos cocineros a buscar productos locales. Esto inició una ola de exploración hacia el interior del

país, conectando con productores y otros cocineros. Así, se comenzó a construir algo colectivamente, primero de manera desordenada e inconsciente, y luego más estructurada y consciente. Se crearon asociaciones mientras en la región explotaban escenas gastronómicas como la de Perú y México, aunque Argentina aún no tenía ese arraigo cultural.

Tenemos un país grande con una logística pésima y muy centralizado en Buenos Aires. Los cocineros desafiamos esta logística y empezamos a unir esfuerzos con otras provincias. Descubrimos productos excelentes en nuestro país y comenzamos a hacerlos crecer. Creamos una asociación y una feria, primero desordenada, pero con el tiempo más organizada. Este proceso le dio dinamismo a la gastronomía argentina, con una estacionalidad muy marcada que



no se ve en otras partes de Sudamérica, y que los turistas aprecian.

Argentina es un país en proceso de conectar sus identidades y culturas. No solo en Buenos Aires, sino que, gracias a programas recientes, más argentinos están viajando por el interior del país, mezclando turismo y comunicación interna. Esto está ayudando a construir una escena gastronómica más fresca y diversa, con productos de alta calidad de diferentes regiones, como las frambuesas de la Patagonia. Los cocineros estamos organizándonos, realizando compras colectivas y buscando modelos autogestionados y escalables, sin depender del Estado.

¿Cuáles son los desafíos que enfrenta Buenos Aires en términos de desarrollo de la gastronomía como atractivo turístico?

Buenos Aires ofrece una gran variedad gastronómica. Aquí puedes encontrar pequeños restaurantes donde se come muy bien, creados por cocineros apasionados. Hay un dicho en Argentina: «votamos con el hambre que tenemos». No siempre se trata de grandes inversiones, sino de lugares donde se come bien y se disfruta.

¿Qué consejos le darías a los emprendedores gastronómicos que buscan destacar en el mercado nacional y regional en Iberoamérica?

El primer consejo es tener una charla honesta contigo mismo y preguntarte por qué haces esto. Tener un buen plan de negocio no garantiza el éxito; es crucial entender tu motivación. Si lo haces por que amas la gastronomía y quieres vivir de ello, genial. Si lo haces por dinero, también está bien, pero ten claro tu objetivo. Mantén siempre ese norte y toma decisiones basadas en tus motivos reales. No te dejes llevar por lo que otros dicen que debes hacer.

Es fundamental salir de tu zona de confort. Tener un negocio significa hacer cosas

que no siempre disfrutas, pero que son necesarias. Confía en tus socios, pero no necesariamente tienen que ser tus amigos. Mantén un equilibrio entre trabajo, amistad y relaciones personales.

¿Cuáles son tus proyectos futuros y tus deseos para la gastronomía en Argentina?

Tengo varios proyectos en mente, como escribir libros y crear una serie animada sobre alimentación para niños. También quiero lograr que productos estacionales de alta calidad lleguen a lugares como parrillas de barrio o bares de esquina. Es importante que la gente reconozca estos productos y los incorpore en su dieta diaria.

Otro proyecto ambicioso es introducir la educación sobre comida en las escuelas. No me refiero a nutrición o alimentación desde un punto de vista sanitario, sino a enseñar sobre la comida misma: reconocer ingredientes, saber cómo cocinarlos para que sean deliciosos. Esto ayudaría a las personas a disfrutar más de su alimentación y a adoptar hábitos saludables de manera natural. 🌍



Iberoamérica en la mesa

David Hertz

Con una carrera culinaria que comenzó en las prestigiosas cocinas de São Paulo, David Hertz ha fusionado su pasión por la comida con un compromiso profundo hacia las comunidades desfavorecidas. A través de Gastromotiva, ha capacitado a miles de personas en situación de vulnerabilidad, brindándoles habilidades culinarias y nuevas oportunidades de vida. Reconocido internacionalmente por su impacto social, Hertz nos enseña que detrás de cada plato hay una historia, y que cada receta tiene el potencial de transformar vidas. Su trabajo es un recordatorio de que la cocina, en su esencia, es una celebración de la humanidad y una herramienta para construir un futuro mejor.



Fotografías: © Angelo Dal Bó



¿Cómo surgió la idea de Gastromotiva?

Gastromotiva surgió en 2006 con un buffet escuela para las personas de las favelas de Brasil, con el fin de abogar por la gastronomía social en todo el mundo. Queríamos crear una metodología que capacitase de manera profesional a personas que viven en situación de vulnerabilidad; poco a poco nuestro proyecto empezó a formar parte de la responsabilidad social en las universidades hasta expandirse en 152 cocinas distribuidas en nueve estados de Brasil y México.

¿Crees que es importante que las instituciones se involucren en estas acciones relacionadas con la gastronomía social?

Sí, de hecho, muchos de los restaurantes en Latinoamérica recibieron inversiones del gobierno para que no cierren y evitar el aumento del desempleo. Esto provocó que durante la pandemia, los chefs empezaron a involucrarse en trabajos sociales. Gracias a la gastronomía social las personas que estamos en el mundo culinario, empezamos a mirar que las soluciones a las desigualdades sociales y a los problemas políticos que se viven en América Latina, se pueden encontrar cuando escuchamos a la base, a la gente local.

A partir de ahí, Gastromotiva trabajó con las comunidades de la Amazonía promoviendo los productos que nacen en su territorio, siempre con respeto y cuidando los saberes ancestrales, a la par de potencializar su cultura y tradiciones.

Además de la gastronomía social, hay que hablar de los

saberes locales. Gracias a esto Gastromotiva se volvió tan grande, porque nunca fue para las personas, sino con las personas.

Y con personas también trabajas en diferentes empresas, porque muchas empresas están interesadas en invertir en tus proyectos sociales...

Sí, así es. Para poder generar todos los proyectos que tenemos en mente, Gastromotiva necesita inversiones. Trabajamos con Coca-Cola, Pepsico, JP Morgan... pero todavía falta que más empresas se interesen en promover nuestros proyectos. Cuando una empresa se involucra en las causas sociales de Gastromotiva, las personas trabajan más felices generando resultados más positivos.

En nuestra página web www.davidhertz.com.br se puede encontrar una gran cantidad de información y perspectivas sobre cómo la alimentación puede ser un motor de transformación social. Creo que estas ideas e iniciativas no solo inspirarán, sino que también conectarán a formadores de opinión e interesados en estos temas, permitiéndonos ampliar nuestro impacto conjunto.

¿Cuál es la base de un sistema alimentario saludable y equilibrado?

Una de las cosas que aprendí fue a preparar los alimentos aprovechando todo el producto y sin echarlo a perder. Esto sería lo primero y la base de un sistema alimentario equilibrado. Lo segundo es la educación. La educación, no solamente en comida, la educación también en derechos humanos. Encontrar soluciones

locales que puedan incidir en las políticas públicas. Yo formo parte de un gran movimiento en Brasil que se llama 'Pacto contra el Hambre'. Gracias a todas las organizaciones que estaban en este pacto conseguimos concienciar sobre la cesta básica. En la cesta que el Gobierno entregaba a las personas, solo había productos industrializados: *farinha* (harinas) *feijão* (frijoles). Ahora, gracias a nuestro activismo, la política del Gobierno tiene que poner frutas, legumbres y hortalizas. Una educación saludable y nutricional es un derecho de todas las familias.

Las políticas públicas de hoy favorecen a las grandes empresas al gran agrobusiness, entonces, es un proyecto de largo plazo. No hay una solución inmediata. Para lograr cambios en la educación alimentaria de las familias se necesitan años.

¿Los turistas que visitan São Paulo podrían aprender en tus cocinas sobre turismo sostenible e informarse acerca de la problemática que existe en torno al desperdicio de alimentos?

Completamente. El Gobierno y la Prefeitura de São Paulo crearon un observatorio de la gastronomía, donde mapean la comida para evitar desperdicios. Además, los turistas se interesan cada vez más por el tema. Por ejemplo, en Río de Janeiro nuestro Refettorio Gastromotiva tiene almuerzos en la zona turística de las escaleras de Selarón y siempre hay

Para lograr cambios en la educación alimentaria de las familias se necesitan años.

extranjeros que vienen a comer y cuando se enteran de que hay un proyecto social, quieren involucrarse. Pagan el almuerzo para costear la comida de la gente en situación de calle.

Además de Brasil, tenemos proyectos sostenibles en otras ciudades. Por ejemplo, en Ciudad de México contamos con una escuela en la que todos los sábados realizamos un tour gastronómico con la historia mexicana de base y hay mucha demanda para hacer esta actividad. Esto también estimula el turismo local.

Mientras el turismo crece en Latinoamérica, se necesitan más inversiones de los gobiernos para

que esto acontezca. El turismo sostenible es posible, pero se necesita una cabeza abierta dentro de los órganos institucionales.

¿Es posible que otros restaurantes que conforman la comunidad iberoamericana puedan formar parte de tu proyecto en beneficio también de esa población más vulnerable?

Sí, yo trabajo con Chile, con Rafael Rincón, que tiene el festival Ñam. Además, fui parte del proceso y ayudé a montar su Fundación Gastronomía Social. También, estuve en La Paz en las escuelas sociales del restaurante Manq'ay y en El Salvador fundamos un Gastromotiva.

Los chefs iberoamericanos están interesados en formar parte de estos proyectos. El Refettorio Gastromotiva es un imán para muchos que quieren venir a cocinar aquí y llevar el proyecto a sus ciudades. Además, el turismo sostenible está generando congresos con chefs interesados en

la parte social. En septiembre organizamos un fórum internacional de gastronomía social en el Gastromotiva de Río de Janeiro, invitamos a todos los líderes de las cocinas solidarias de Brasil y México.

El turismo sostenible es una gran rama hotelera, los chefs y empresarios son cada vez más conscientes de los problemas sociales en Latinoamérica. Entonces, debe existir más promoción para estos lugares de experiencia, de innovación y de aprender a cocinar para que los turistas generen experiencias propias

¿Cuáles son los aprendizajes más importantes que extraes de estos proyectos?

Lo que me cambió fue vivir las experiencias. Una cosa es hablar, escuchar historias y otra cosa es vivirlas. Cuando fui por primera vez a una favela lo cambió todo, porque empecé a mirar la realidad con mis ojos y desde mis propias referencias.

Para mí es muy importante comunicar tu propia visión de las cosas, siempre con ejemplos. Yo hablo siempre de mi visión. En mi caso para que los proyectos sociales tengan éxito, hay que escuchar mucho. Siempre van a existir cambios en medio del camino porque como cualquier empresa, los planes cambian. En este sentido, Gastromotiva es una organización muy emprendedora, muy abierta a la novedad y a mirar lo que pasa en Iberoamérica. Nosotros no somos activistas, pero somos activistas con el ejemplo. Yo vivo así y para mí, esto que hago, es mi misión de vida. 🌐

Cuando fui por primera vez a una favela lo cambió todo, porque empecé a mirar la realidad con mis ojos y desde mis propias referencias.



Leonor Espinosa

Leonor Espinosa es una chef y artista colombiana que ha transformado la gastronomía de su país en un auténtico viaje sensorial y cultural. Desde sus inicios en Barranquilla y Cartagena, su pasión por la cocina y el arte, le han llevado a descubrir y celebrar la biodiversidad de Colombia, convirtiendo a su restaurante LEO en un referente mundial. Galardonada como la Mejor Chef Femenina del Mundo en 2022, Espinosa ha logrado situar a Colombia en el mapa gastronómico internacional. En esta entrevista, Leonor comparte sus reflexiones sobre su trayectoria, su compromiso con la sostenibilidad y la preservación del patrimonio cultural, y su visión de la gastronomía como motor de desarrollo social y económico.

Fotografías: © Juan Pablo Gutiérrez

Leonor, usted comenzó a cocinar a finales de los 90 en Barranquilla y Cartagena ¿Cómo esos inicios moldearon su carrera actual?

En realidad la cocina siempre ha sido parte de mi vida, desde muy pequeña. Al ver cómo en la cocina de la casa de mi abuela se tejían tantas historias, descubrí la labor social que tiene la gastronomía. Yo soy artista y desde que estaba en el colegio en Cartagena empecé a estudiar en la escuela de Bellas Artes y con el paso del tiempo, viviendo en Bogotá, en una zona como la Macarena, donde para la época un domicilio o restaurantes a la mano era difícil de encontrar, comencé a cocinar y a viajar por Colombia, por los territorios profundos y entendí que la manera en la que me quería manifestar artística y socialmente, era a través de la gastronomía. De allí surge LEO, es mi manifestación artística.

Al ver cómo en la cocina de la casa de mi abuela se tejían tantas historias, descubrí la labor social que tiene la gastronomía.

En 2022, fuiste galardonada como la Mejor Chef Femenina del Mundo por The World's Best 50 y tu restaurante LEO lleva seis años consecutivos en la lista de los 100 mejores restaurantes del mundo. ¿Qué significan para ti estos reconocimientos?

Significa que estamos haciendo las cosas bien. Colombia nunca había sido referente gastronómico mundial, aún cuando estamos llenos de ingredientes

extraordinarios y platos tradicionales llenos de sabor y cultura. Cuando conocí la Colombia profunda, los territorios, la biodiversidad y empezamos a explorar nuevos sabores, combinaciones y creamos LEO, se convirtió en un atractivo mundial, que atrajo la vista de votantes, de periodistas internacionales... logramos hacernos un lugar en estas importantes listas. Seis años después no solo seguimos allí, sino que hemos abierto la puerta a nuevas propuestas. Hay decenas de restaurantes y cocineros emergentes que ya representan a nuestro país internacionalmente y Colombia es referente. Una apuesta tan arriesgada como fue LEO en su momento, seis años consecutivos como uno de los mejores del mundo, solo significa que lo estamos haciendo está bien.

LEO es reconocido también por su menú degustación que representa la sostenibilidad y la diversidad culinaria de Colombia. ¿Qué proceso sigues para seleccionar y combinar los ingredientes de cada región en tus platos?

Trabajamos directamente con productores, conocemos la región y sus productos, así que nuestro menú siempre varía de acuerdo con la existencia de ingredientes, ya que hay temporadas de unos u otros productos y así también varía nuestro menú.

Uno de los objetivos de LEO es ofrecer un viaje gastronómico por Colombia. ¿Cómo crees que tu cocina puede contribuir a promover el turismo en las distintas regiones de Colombia?

De muchísimas formas. Cuando nuestros comensales hacen la

experiencia se adentran en territorios como el Amazonas, la costa Caribe, la Sabana, el llano y no solo a través de los ingredientes de los platos, sino sobre todo a través de la historia detrás de cada plato. Esto hace que quienes nos visitan se interesen por aprender más de algunas regiones o culturas, que de hecho quieran llevarse esos ingredientes que solo se consiguen directamente en la región, a sus casas, y decidan emprender un viaje hasta esos lugares que más llamaron su atención durante el menú.

El concepto de ciclobioma en tu cocina implica la incorporación de especies poco utilizadas. ¿Podrías explicarnos más sobre cómo desarrollaste este concepto y cómo lo aplicas?

Es una exaltación a la cultura nacional. En Colombia tenemos unos cuantos platos tradicionales pero centenares de especias que ni siquiera los mismos colombianos conocemos. Ciclobioma es eso, una inspiración en la interconexión entre el ser humano, la herencia cultural y el entorno natural, honrando la sostenibilidad y las economías locales.

LEO realiza tres transformaciones al año en su menú. ¿Cómo decide qué ingredientes y sabores incluir en estas nuevas propuestas?

Leo es mi propuesta artística, entonces depende mucho de la inspiración, pero también de la investigación, así que de acuerdo con los territorios en donde llevamos proyectos, de acuerdo a los ingredientes que haya y así se crean los platos, los tiempos, y Laura, mi hija y nuestra sommelier, es quien se encarga del maridaje.



Tu trabajo con FUNLEO se centra en la preservación del patrimonio colombiano y el bienestar de las comunidades ¿Qué te inspiró a crearla?

FUNLEO trabaja por la reinvención de las tradiciones gastronómicas de las comunidades colombianas, a partir de su patrimonio biológico e inmaterial. De esta manera se centra en la recopilación de especies biológicas promisorias para la culinaria y en la promoción de una cultura alimentaria que valore el potencial de nuestra biodiversidad y celebre las identidades nacionales.

El turismo gastronómico está en auge ¿Cómo ha influido LEO en la promoción e impulso de Bogotá?

LEO fue una propuesta muy arriesgada en su momento al hacer platos con ingredientes 100 % locales y que no fueran tradicionales. Seis años seguidos en la lista de los mejores del mundo, los ojos del mundo entero en Colombia han permitido que se posicione a Colombia y a las múltiples maravillosas propuestas que tiene el país.

¿Qué papel juega la gastronomía como motor de desarrollo social y económico de una ciudad?

Trabajar con el primer eslabón de la cadena productiva es un impacto enorme, desarrollo económico y social de las regiones. La apuesta de LEO es esa y por eso asumimos los costos que eso implica, porque el 80 % de nuestros ingredientes provienen de pequeños productores. Eso hace que la economía de esas regiones se mueva, adicional a que permite que haya también más convicción por sus productos, por su cultura, al saber que es algo apreciado por el mundo entero, a través de la oferta gastronómica de LEO. Así que impactamos la economía, pero también la sociedad.

¿De qué manera cree que el turismo gastronómico puede revitalizar las economías urbanas en Iberoamérica y cuáles serían los pasos clave para que las ciudades aprovechen este potencial?

Un ejemplo de esto es Colombia, que nunca había sido un país

conocido por su gastronomía y aun así nuestra propuesta y todas las nuevas que han surgido han permitido que los ojos del mundo se enfoquen en nuestro país, mostrando que Colombia tiene mucho que narrar en términos gastronómicos. La biodiversidad, la etnobotánica, los ingredientes de sabores, de magos traídos a la gastronomía ha sido nuestra apuesta y una apuesta que ha dado frutos, que ha abierto la puerta a otros chefs, otros restaurantes y es lo mismo que está pasando en el resto de Latinoamérica. Es una región llena de magia, de ingredientes únicos, la biodiversidad y todo lo que tenemos es maravilloso hacer de eso una historia.

¿Qué consejo darías a los jóvenes chefs que desean explorar y promover la cocina de sus propias regiones en el escenario mundial?

Que lo hagan. 🌐



Iberoamérica en la mesa

Marsia Taha

Marsia Taha es una chef cuya vida y carrera son tan diversas y ricas como sus creaciones culinarias. Nacida en Bulgaria de madre boliviana y padre palestino, se trasladó a Bolivia a los seis años, país al que ha dedicado su pasión y talento. Desde su trabajo en el reconocido restaurante 'Gustu' hasta su compromiso con las comunidades locales, en estas líneas conoceremos su visión sobre la riqueza de la cocina boliviana y exploraremos un mundo donde la tradición y la innovación se encuentran en cada plato.

Fotografía © Christian Gutiérrez



¿De dónde viene tu pasión por la comida?

Principalmente por mi abuela, me enseñó los mercados populares y a pesar de que era una mujer que no cocinaba, le encantaba comer y le gustaba mucho la gastronomía nacional. Después fue mi mamá la que me sugirió que estudiase gastronomía. En esa época, en Bolivia sólo había una escuela de cocina en La Paz y justamente estaba cerca de mi casa. Mi familia y amigos coincidían en que cocinaba sabroso. Fue un amor a primera vista y tuve la gran suerte de que surgieron muchos proyectos interesantes.

¿Qué tiene la cocina boliviana que la hace única en el mundo?

Es extremadamente diversa. Tenemos mucha diversidad biológica, cultural y geográfica. Bolivia es un país muy conocido por ser andino, pero también es amazónico, de hecho, es un 60% Amazonía. Tenemos un país lleno de cultura con 37 naciones indígenas que además tienen su propia cultura y lengua y esto hace que seamos muy diversos

en cuanto a gastronomía. En los Andes utilizamos mucho la papa, los tubérculos y en la Amazonía tenemos una variedad inmensa de pescados, una cocina más a la brasa, muchísimos frutos amazónicos, muchas raíces como la yuca...

¿Cómo trabajáis en 'Gustu' con las comunidades locales?

Nuestra filosofía siempre ha sido la de usar productos nativos. Es importante romper las barreras de la ciudad e indagar hacia afuera. Nosotros, a través del proyecto 'sabores silvestres', es lo que hemos hecho. La labor más fuerte es cuando viajamos y podemos convencer a la gente de que queremos trabajar con ellos. Es difícil, porque en Bolivia no existe la mejor infraestructura de caminos para que sus productos puedan llegar a la ciudad, por lo que es un desafío, pero hemos tenido éxito. Uno de los ejemplos más bonitos es el de nuestro trabajo con los lagarteros, una comunidad tacana, al norte de La Paz. Es la población donde se hace la cosecha de lagarto una vez al año. Comenzamos a trabajar con ellos en el restaurante y hoy

venden la carne de lagarto incluso en supermercados.

¿Cómo puede la alta cocina contribuir a mejorar la calidad de vida de estas comunidades?

Tenemos la responsabilidad de comunicar correctamente las cosas. En mi caso, no hemos inventado la pólvora, simplemente se ha podido comunicar muy bien nuestra cultura, con excelencia a través del conocimiento, y creo que eso es la responsabilidad de todos los cocineros. Usar este poder mediático con responsabilidad y en beneficio de nuestra cocina.

¿Cómo integras la ciencia en tus creaciones culinarias?

Creo que los cocineros tenemos mucho de científicos y mucho más en los países donde todavía todo está muy virgen, donde tienes una tradición de conocimiento de plantas increíble. Aquí las plantas son algo vital para nuestra cultura; tenemos culturas ancestrales como las altiplánicas, los kayahuayas, que son médicos andinos cuyo trabajo se basa en las plantas. Nosotros como cocineros también hemos empezado a poner esta botica a nuestra gastronomía. Creo que los alimentos son medicina y es importante aplicarlo mediante conocimiento.

Aquí funciona todo diferente y también tienes que saber de ciencia por esta razón. En La Paz, El Alto está a 4.100 m de altura sobre el nivel del mar y de ahí vas bajando. Es una topografía muy interesante, en cada altura tienes un punto de ebullición diferente... Normalmente a nivel del mar el agua hierve a los 100 grados, aquí en La Paz, en la altura más alta de los 4.100 m, el agua hervirá a



© Restaurante Gustu

85 grados centígrados. Esto te influye en todo porque la mayoría de las recetas que la gastronomía nos vende están hechas a nivel del mar: tiempos, temperatura... Aquí tienes que pensar diferente y hacer las adaptaciones a la altura. Estamos en un lugar alto, seco, los ingredientes van a tomar mucho más tiempo en cocción, vas a necesitar muchísima más hidratación para tus recetas, porque al tener mucha más altura y al hervir el agua a los 86°C, el agua se evapora mucho más rápido.

¿Cómo integras la educación en tu labor social?

Nosotros empezamos como una escuela de gastronomía que duró tres años. Esta escuela de gastronomía sigue siendo parte de nuestra fundación pero ya trabaja en su propio paraguas. La filosofía siempre se ha basado en el mismo concepto que tiene Gustu, es decir, promocionar y utilizar el producto local, producto de origen, mucho enfoque a las técnicas locales... Hay mucha economía popular a través de la cocina en las calles y estas escuelas han capacitado a este sector, un sector que llama mucho la atención del turismo.

¿Qué recomendaciones darías a los turistas gastronómicos que desean explorar la cocina boliviana?

Ir a un mercado. Creo que el espíritu de toda cocina y de todas las ciudades está en los mercados. En Latinoamérica tenemos mercados populares increíbles donde los productores se vienen desde el campo y venden sus productos en las calles. Aquí tenemos el Mercado Rodríguez, donde llevo a mis invitados y les doy de comer un *guayaque*. El *Guayaque* es una

sopa ancestral, es de las pocas técnicas prehispánicas que sigue viva en las ciudades y es una sopa hecha de pescado de 'Lago de Titicaca', a esto se le pone papa nativa. Es una sopa exquisita y se come por la mañana temprano.

¿Cuáles son tus ingredientes favoritos en la despensa boliviana?

Del altiplano el isaño, un tubérculo increíble de dos colores que también los peruanos le dicen 'mashua'. Me parece alucinante ese producto porque además es muy versátil. Yo lo utilizo para postres, para ensaladas, para absolutamente todo... Después por las tierras bajas, la variedad de pescado es infinita, hay un montón de pescados increíbles en los ríos. En cuanto a frutas, me encanta el motacú, que es la mantequilla de las frutas amazónicas, es un fruto silvestre que crece en el árbol de palma de motacú, un árbol que las comunidades indígenas, lo aprovechan entero.

¿Cuáles son los beneficios de basar tu cocina en ingredientes locales y sostenibles?

Estamos en un momento donde queremos homogeneizar todo, y nuestra diversidad no es homogénea. Ahora se trata de homogeneizar nuestros productos, y en vez de ponerte en el estante veinte plátanos te pongo solo uno ¿qué estamos haciendo al no consumir esta diversidad? que desaparezca, simple. Si nosotros, no consumimos esa fruta, ese terreno ya no es aprovechable. Al consumir esos productos nativos, no solamente estamos ayudando a la conservación de nuestra diversidad y de nuestra cultura gastronómica, sino que también estamos aportando a la


conservación de estas tierras.

Por otro lado, en la Amazonía hay mucha minería... Cuando las comunidades no tienen qué cosechar porque la gente no compra sus frutos de recolección, entran en la minería y la minería en su mayoría no está regulada, usan químicos altamente nocivos y contaminantes para nuestras aguas, van directamente al río y por ende al consumo de nuestra gente. Entonces, tenemos que verlo también por el lado de la sostenibilidad. El beneficio que se le da a la gente es la conservación de nuestras tierras, la conservación de nuestros productos nativos... Consumir local es 100% positivo.

¿A qué nivel internacional dirías que está posicionada la cocina boliviana?

Está a muy buen nivel, todavía obviamente desarrollándose, consolidándose, pero aún necesitamos más, y eso es tarea de todos los bolivianos, no sólo un trabajo de cocineros.

¿Cuáles son tus proyectos futuros?

Seguir desarrollando cocina con producto boliviano, seguir promocionando el país llevando los productos con orgullo, poder mostrar nuestra cocina tal cual, incentivar a nuestras economías naranjas, que la gente venga a conocer nuestra cultura, nuestra tradición, nuestra cocina... Yo veo este desarrollo de país como el ideal, poder vender nuestra cultura como algo atractivo para que la gente pueda venir y contribuir a nuestras economías, yo creo que esa debería ser nuestra salida, nuestra ruta más grande y nuestro enfoque más grande como país latinoamericano. 



Pedro Miguel Schiaffino

Es Amazonía y es mar. Su amor por la naturaleza se refleja en cada uno de sus platos, tanto en su trabajo en la Amazonía como en 'La Rosa Náutica', donde fusiona los sabores del mar y la selva. Con cada creación, Schiaffino demuestra que es posible hacer alta cocina de manera responsable y conectada con el entorno.

Fotografías © Daniel Silva



¿Cuál es tu mayor influencia en tu trayectoria como chef?

Yo tuve la suerte de caer en un restaurante italiano que se llama Pinocchio, en Borgomanero (Italia) y trabajar al lado de Piero Bertinotti, mi maestro y la persona que influyó mucho en mí. Para mí, él es el mejor cocinero del mundo además de ser una gran persona. Me enseñó muchísimo y todavía mantengo mucho de lo que aprendí.

¿Qué te llevó a centrarte en la gastronomía amazónica?

Empecé recorriendo Perú cuando ningún cocinero lo hacía. Solo Gastón Acurio apostaba por viajarlo y dar a conocer lo que encontraba en su camino. Cuando comencé a trabajar en la alta cocina en mi país en 2001, había cocineros y restaurantes que trabajaban con la cocina tradicional limeña, pero hacer cocina con insumos peruanos era muy atrevido y raro. Yo siempre pensé en los ingredientes y la buena cocina que teníamos, porque aunque me formé en Italia, nunca consideré hacer cocina italiana o europea. Para mí, lo natural era hacer cocina peruana y eso implicaba entender el Perú y sus cocinas regionales. En ese proceso, me crucé con la Amazonía. Siempre me atrajo la naturaleza, decidí conocerla de cerca gracias a los productos amazónicos que encontré en el camino.

A medida que la recorría, descubrí muchos productos. Lo que más me impresionó fue un mercado en Iquitos con una despensa totalmente desconocida para mí. Cada viaje era un descubrimiento, y era emocionante traer un producto a mi cocina y trabajar con él.

¿Qué producto destacarías de todos ellos?

La yuca. No solo como materia prima, sino como alimento básico de las comunidades nativas amazónicas. Tiene un conocimiento y una versatilidad brutales, desde la harina de yuca, conocida

como fariña en Brasil, hasta el almidón de yuca, o tapioca. De la yuca también proviene el Tucupi —una salsa preparada por las mujeres bora, huitoto y algunas otras etnias— que conocí por primera vez en la zona del Ampiyacu, y con la cual he trabajado mucho desde entonces.

¿De qué se trata el proyecto de 'Despensa Amazónica'?

'Despensa Amazónica' nace por la necesidad de investigación y formación de cadenas de valor alrededor de la cocina amazónica. Inicialmente, trabajábamos en la Amazonía gracias al restaurante 'Malabar' y 'Aqua Expeditions', un crucero que asesora desde hace 17 años. Cuando abrimos 'Amaz', un restaurante amazónico profesional, las necesidades de contar con insumos sostenibles de la Amazonía crecieron. Necesitábamos un enfoque de largo plazo, así que formamos 'Despensa Amazónica' como una organización sin fines de lucro. 'Forest Trends', una ONG americana, se interesó en nuestro trabajo, lo que nos ayudó a entender mejor la conservación del bosque y su relevancia para la gastronomía.

¿Y cuál ha sido su impacto?

Hemos tenido logros significativos, como el proyecto de preservación del paiche, que ha sido ejemplar. Sin embargo, es un reto constante darle la relevancia y la importancia que merece. En mi país, los proyectos a corto plazo han generado desconfianza, especialmente entre las comunidades indígenas que han sido víctimas de estos enfoques.

En 'Despensa Amazónica', buscamos un impacto sostenible y a largo plazo, sabiendo que introducir insumos amazónicos al mercado y trabajar en proyectos de conservación requiere años de esfuerzo. Por eso, mantenemos nuestro enfoque y seguimos apoyando a las comunidades y la conservación de la Amazonía, a pesar de los desafíos.

'Canasta Amazónica' es otro de los proyectos que desarrollamos en alianza con USAID (Agencia de los Estados Unidos



para el Desarrollo Internacional) y WCS (Wildlife Conservation Society). Busca difundir productos amazónicos sostenibles en el mercado gastronómico. El concepto de «canasta» permite posicionar la riqueza amazónica y transmitir el potencial que tiene su biodiversidad para la gastronomía profesional.

La idea es promocionar estos productos a través de los chefs en Perú y Colombia y de las comunidades productoras. Además, al involucrar a los comensales y seguidores de los restaurantes, lograremos incrementar la visibilidad y el consumo de los productos amazónicos y generar mercados de alto valor que ayuden a mejorar las economías locales.

¿Qué papel juegan la educación y la concienciación en tu misión de promover la gastronomía amazónica y cómo involucra esto a los turistas?

Yo creo que una buena plataforma para educar al turista es el restaurante. Es un medio de comunicación muy potente. La cocina conecta y esta práctica de explicar el menú, de contar una técnica que se ha utilizado en la cocina de vanguardia, o de explicar el insumo y de dónde viene y quiénes están detrás, hoy ya no tiene la misma popularidad que al inicio porque los comensales están un poco cansados de todo este discurso que existe al alrededor del plato. Pero en nuestro caso, cuando comenzamos, sí era muy importante explicar qué era lo que estabas comiendo, porque para la mayoría de los turistas era desconocido.

¿Qué recomendaciones les darías a quienes quieran explorar la gastronomía peruana?

Visitar los mercados. Cuando yo visito una ciudad, lo primero que hago es ir a los mercados, las lonjas, los puertos, y conectar con los vendedores. A ellos les pido que me recomienden sitios y les pregunto dónde comen o quiénes son sus proveedores... Así es como yo conocí la Amazonía y logré investigar los productos

Cuando yo visito una ciudad, lo primero que hago es ir a los mercados, las lonjas, los puertos, y conectar con los vendedores.

en profundidad. Yo creo que los turistas deben desaprender para volver a aprender.

Con 'La Rosa Náutica' estás en un proceso de conexión con el mar, mientras que en la Amazonía conectabas más con el bosque ¿Cómo los compaginas en tu día a día?

Para mí, el mar siempre ha sido una pasión. Crecí frente a él, lo que me ha permitido una conexión profunda con mi trabajo actual en 'La Rosa Náutica'. Esta conexión hace que mi labor sea motivadora y enriquecedora.

Yo creo que la diferencia más grande entre la Amazonía y la costa peruana es que existe un trabajo gastronómico alrededor del mar peruano. Mientras que el mar ha sido aprovechado y manejado por años, el trabajo en la Amazonía aporta una nueva mirada a la gastronomía local.

¿Un restaurante pequeño es más sostenible?

Yo creo que un restaurante debe ser atractivo económicamente. El impacto económico es crucial en la relación con productores y pescadores. En 'Malabar', mi capacidad de compra era limitada, afectando así a mi influencia. Sin embargo, en 'Amaz', con mayor capacidad de compra, tenía un impacto más significativo en las relaciones con los proveedores y por tanto un impacto positivo a nivel social y económico.

En 'La Rosa Náutica', con un promedio de 500-600 cubiertos diarios, trabajo directamente con ocho pescadores, comprando todo su producto cuando tienen buena pesca. Esto sería imposible en un restaurante pequeño. Además, me uno con otros restaurantes para que los pequeños



también puedan acceder a ciertas pescas, algo esencial para romper cadenas viciosas existentes en Latinoamérica, en la pesca y en la agricultura.

En nuestro contexto, muchos pescadores y agricultores están atrapados económicamente, sin apoyo estatal y dependiendo de terceros, lo cual les perjudica. Es aquí donde la gastronomía y los cocineros juegan un rol crucial para generar un impacto positivo.

¿Qué es una experiencia culinaria responsable?

Para mí, una experiencia culinaria responsable se basa en el conocimiento profundo de tu entorno y el impacto local de tu restaurante. Ser consciente de estas dinámicas es fundamental para tomar decisiones informadas y sostenibles. El conocimiento es esencial. Sin él, es difícil tomar decisiones acertadas. Es crucial entender tu posición y la responsabilidad que tienes con tu entorno. La coherencia también es importante, aunque puede ser subjetiva. Ser coherente no siempre garantiza que estés en el camino correcto, pero es un componente vital para la sostenibilidad.

Cuando hablamos de sostenibilidad, a menudo pensamos en el medio ambiente. Sin embargo, la sostenibilidad económica y social también son cruciales y que el restaurante pueda sostenerse en el tiempo.

¿Qué pueden hacer las ciudades iberoamericanas para continuar consolidándose como referentes de la alta cocina a nivel mundial?

Aunque hablamos de Iberoamérica como una región unificada, en realidad tenemos realidades súper distintas. No es lo mismo hablar de gastronomía en una región peruana que en una región de España, estamos hablando de realidades distintas.

La globalización es buena y tiene sus aspectos positivos, pero también puede distorsionar nuestra realidad. Creo que es fundamental regresar y entender la realidad de cada uno. Para mí, eso es básico. Antes de buscar reconocimiento por lo que hago, prefiero dirigir mi trabajo hacia la resolución de problemáticas internas y la mejora de ciertas condiciones.

No estoy metido en el circuito mundial porque no es mi prioridad.

Prefiero poner en valor la cocina regional, conocer a fondo los ingredientes y trabajar en ciertas cadenas productivas. Mi enfoque es siempre cómo puedo contribuir a mejorar mi entorno y realidad. Aunque buscar reconocimiento puede ayudar, creo que hay tareas más importantes que requieren tiempo y esfuerzo, más que dedicarse a obtener una posición en una lista o un reconocimiento gastronómico.

Siempre les digo a mis amigos: trabajemos en cosas que tengan un impacto positivo en nuestra sociedad y entorno, en lugar de buscar reconocimiento. Latinoamérica está muy centrada en listas y reconocimientos europeos, pero nuestras necesidades son distintas. Debemos atender nuestras propias necesidades en lugar de buscar aplausos o reconocimiento. Los aplausos y reconocimientos deben ser consecuencia de tu trabajo; el mejor reconocimiento es el de tu entorno, tu sociedad, y tus comensales. Esta filosofía la aprendí de Piero Bertinotti. Sus enseñanzas me han motivado a seguir trabajando con un enfoque local y sostenible, y siempre regresaré a ese norte. 🌐



Iberoamérica en la mesa

Gabriela Cámara

Es una de las figuras más influyentes en la gastronomía contemporánea. La chef mexicana nacida en Chihuahua, es la mente creativa detrás de varios de los restaurantes más exitosos del panorama culinario actual, entre los que destaca Contramar, un ícono de la gastronomía en la Ciudad de México conocido por su excelente calidad tanto en alimentos como en el servicio.

Como una alquimista de sabores, Gabriela no solo crea experiencias gastronómicas inolvidables, sino que también inspira a una nueva generación de chefs a seguir su estela de innovación y sostenibilidad. Reconocida como una de las personas más influyentes del mundo por la revista Time, su legado va más allá de la cocina, promoviendo la equidad y la inclusión en el ámbito gastronómico y celebrando con cada plato la riqueza y la diversidad de México.

¿Podrías compartirnos algún recuerdo especial de tu infancia que haya influido en tu pasión por la cocina?

Me fascina comer. Por fortuna, tuve la suerte de probar mucha comida rica durante mi infancia. Un recuerdo especial que tengo desde muy chiquita fue ver como se inflaban las tortillas de harina en Chihuahua.

En tus restaurantes has implementado programas que benefician a tus empleados y comunidades locales. ¿Podrías contarnos más al respecto, de qué se tratan y cuál ha sido su impacto?

Desde que comenzamos con Contramar hace ya veintiséis años, han sido muchos los programas y

las acciones que, en equipo, hemos implementado en todos los restaurantes. Algunas acciones por ejemplo son; comprar pescados y mariscos mexicanos, asegurar que todas nuestras compras tengan un origen legal, respetar las vedas, apoyar a proyectos de producción pesquera responsables con el medio ambiente, pagar un precio justo por los productos que adquirimos, reducir desperdicio, capacitar constantemente a todos en el equipo, impulsar la diversificación del consumo en ingredientes y poner nuestra voz al servicio de la sostenibilidad. Todo esto, con el propósito de mantener una buena calidad de vida de y en nuestro entorno.

El impacto ha sido positivo tanto para las comunidades de pescadores, agricultores y otros

proveedores como para los restaurantes. Conocer la trazabilidad de nuestros ingredientes, es decir, entender su origen, el proceso de producción, como se distribuyen, etc.. nos ha dado como beneficio tener productos de mejor calidad. Nuestro trabajo en comunidades con proyectos sustentables ayuda a reducir el impacto negativo y promueve la sostenibilidad en todas las partes del ecosistema que involucra a los restaurantes.

También te has destacado por emplear a exconvictos. ¿Qué te llevó a tomar esta decisión y cuál ha sido la respuesta de la comunidad?

Este programa lo implementamos formalmente en Cala, el restaurante que abrimos en San Francisco y, se implementó por practicidad.

En California, y sobre todo en San Francisco, es muy difícil encontrar personas que quieran trabajar en restaurantes, los sueldos que pueden generar no les permiten vivir en la ciudad, que en los últimos quince años aproximadamente ha experimentado cambios significativos y se ha encarecido muchísimo debido a la industria tecnológica.

Y por otro lado, existe una comunidad de exconvictos que, tras

© Eduardo Aguirre



cumplir su condena, se encuentran con muchas dificultades para encontrar empleo. Al no tener oportunidades de trabajo, muchos de ellos vuelven a la delincuencia porque lo único que conocen es a la gente de ese entorno. La reincidencia es muy común. La ciudad de San Francisco para reducir estos índices creó un programa de apoyo a los exconvictos, proporcionándoles apoyos económicos para vivienda y otorgando incentivos a las empresas que los contraten.

En este contexto, a Cala le ayudó muchísimo participar en estos programas. Con la colaboración de varias organizaciones no gubernamentales y el apoyo de la ciudad de San Francisco, se creó una iniciativa benéfica tanto para los restaurantes como para los exconvictos empleados. Además de mejorar el servicio y el ambiente del restaurante en general, este programa promovió la idea de hacer más en términos de sostenibilidad, más allá de productos, ingredientes y proveedores. Pudimos apoyar a estas personas a mejorar su calidad de vida y eso es a lo que yo le llamo un programa de sostenibilidad a 360°, que es desde lo más básico como cuidar al personal en todos los sentidos.

¿Qué medidas concretas has adoptado para asegurar que tu trabajo sea ambientalmente responsable?

Ser responsable de verdad, no nada más en las palabras sino en los hechos y acciones.

¿Cuál es el proceso de selección del producto que utilizas en tus restaurantes? ¿Participas en cada paso desde la tierra al plato?

Uno de los principios fundamentales de nuestra propuesta gastronómica siempre ha sido conocer el origen y la trazabilidad de nuestros ingredientes y productos. El camino que hemos recorrido durante todos estos años nos ha llevado a trabajar muy de cerca con diferentes proveedores del mar y del campo, con sus comunidades y el entorno que les rodea.

El proceso de selección del producto se basa siempre en la calidad. Cuando buscamos algo en específico, siempre procuramos que sea de la mejor calidad, además de que, en su mayoría, sean de origen local. Conocer la trazabilidad de éstos, sin duda, nos da esta posibilidad. Esto también lo aplicamos a otros insumos o materiales, no necesariamente ingredientes, como productos de higiene, cristalería, muebles, etc...

¿Cuáles son los factores que posicionan la gastronomía mexicana como una de las más potentes de la región iberoamericana y por consecuencia del mundo?

México es un país de riquezas y diversidad infinitas. Los sabores de la gastronomía mexicana son extremadamente ricos y variados, con una inmensa cantidad de productos y recetas.

¿Cuáles crees que son las tendencias actuales en el turismo gastronómico y cómo se están reflejando en la oferta culinaria de México?

Estas tendencias se centran en lo local, se destacan por conocer y probar lo propio de cada región.

México es un país de riquezas y diversidad infinitas. Los sabores de la gastronomía mexicana son extremadamente ricos y variados.

¿Qué ejemplos de colaboración o intercambio gastronómico entre ciudades iberoamericanas conoces, y cómo han beneficiado a la región?

El ejemplo que nos dio Perú es muy bueno. Desarrollo de estudiantes, impulso a los agricultores, rescate de diversidad e ingredientes peruanos únicos, como la papa.

En varias ocasiones has mencionado la importancia de la alimentación en la salud preventiva. ¿Qué cambios crees que son necesarios para mejorar la nutrición y la salud pública en México?

Impulsar la agricultura y la educación alimentaria. De verdad tomar la oportunidad de que la alimentación sea parte del programa de salud preventiva nacional, que el comer bien sea un derecho fundamental de todos los mexicanos.

¿Cómo ves el futuro de la gastronomía en Iberoamérica y qué iniciativas crees que son cruciales para su desarrollo y promoción?

Buscar buenas formas para mantener y respetar la diversidad agrícola. El rescate de nuestras cocinas y sus tradiciones, impulsar la educación en torno a los ingredientes locales y tradicionales. 🌍

Iberoamérica en la mesa

Fotografías: © Gonzalo Picón

Mario Castellón



Con una pasión inquebrantable por su país, Mario Castrellón siempre ha tenido su visión clara: recuperar la identidad culinaria de Panamá y generar orgullo por lo propio. Su enfoque en la sostenibilidad, la innovación y la educación continúa inspirando a nuevas generaciones de chefs y a todos aquellos que desean explorar la auténtica cultura gastronómica de Iberoamérica. También su compromiso social, reconocido en su nominación al Basque Culinary World Prize 2019. En esta entrevista, Castrellón nos comparte su trayectoria, sus proyectos y su visión de futuro de la gastronomía panameña, invitándonos a descubrir los sabores que hacen de Panamá un crisol de culturas en cada plato.

¿Cómo ha sido tu evolución profesional desde tus comienzos hasta la actualidad?

Maito siempre tuvo un objetivo muy claro: aportar un pequeño grano de arena a Panamá y posicionar la gastronomía panameña a un nivel mundial. Cuando llego a Panamá en 2005-2006, la ciudad no tenía una identidad gastronómica muy marcada en cuanto a restaurantes de media o alta gama. Tampoco tenías a un comensal orgulloso de una comida local panameña. La preferencia siempre era un restaurante de comida europea. Cuando ya se me da la oportunidad en el años 2010 de abrir Maito fue un proceso de menos a más. Fuimos creando esta identidad y este orgullo poco a poco. Hace siete años logramos entrar en los Latin America's 50 Best y pudimos ver la evolución de lo que se ha significado para el turismo gastronómico y cómo ha impactado aquí y a los otros colegas estas comunicaciones de poder posicionar la comida panameña en el mapa mundial.

¿Qué es la nueva cocina panameña y cómo la desarrollas?

Tenemos una mezcla tan grande de identidades y culturas que se convierten en sabores aquí en Panamá, que nos cuestan todavía entenderlo... Uno piensa en

España y sale la paella. Dices Italia y piensas en la pasta. En México, los tacos... Todos los países con grandes gastronomías tienen esto. Pero si le preguntas a alguien su preferencia en Panamá puede decirte la comida afro (por toda la influencia afro que tenemos del Caribe y del Pacífico) o te puede mencionar los chow mein por la influencia cantonesa que tenemos. Es decir, nuestra mezcla de sabores viene unida a estas culturas que ya tienen más de cinco o seis generaciones en el país. En esta labor de identificación, utilizamos también el canal de Panamá como base, porque aunque el país se haya fundado antes, para nosotros como panameños y para el mundo, el canal es un impacto grande.

En tu carrera ocupa un espacio importante los proyectos de marcado tinte social. Ha sido el caso por ejemplo del proyecto Nutre Hogar...

Sí, Nutre Hogar es una ONG que combate la desnutrición infantil. Mi colaboración con ellos comenzó en una época en la cual yo estaba en medio de una revolución por cortar la enfermedad, de encontrar comida orgánica y así implantar uno de los valores de Maito: utilizar los mejores alimentos y lo más naturales posible. En aquel momento, Nutre Hogar estaba haciendo un proyecto muy bonito llamado

Chi Nugue Kwin, que significa «Niños sanos y felices», en dialecto Ngäbe. A través de esta acción encontraron maneras de resolver la problemática de la desnutrición infantil en la comarca, llevando el alimento a las casas. Es decir, enseñar a las comunidades y a los líderes de las comunidades a cultivar sus propias hortalizas para que tuvieran el alimento en casa. Yo participé en este proyecto apoyando de distintas maneras: al principio comprando la sobreproducción y después di talleres de cómo utilizar determinados alimentos que no conocían. También creamos la primera panadería en esta comunidad e impulsamos una economía circular. La panadería compraba los insumos a las familias que participaban del proyecto de hortalizas y luego lo vendían y fue un proyecto muy exitoso.

Otro de tus fundamentos es la sostenibilidad ¿Cómo implementas estas prácticas en tu restaurante?

Nosotros intentamos ser lo más sostenible posible. Si bien no contamos

con paneles solares y no recolectamos agua, nos hemos enfocado en conocer de dónde viene nuestro producto. Esto es una práctica de sostenibilidad de una manera u otra. Porque la mayoría de los productores, no solo de Latinoamérica, son víctimas de abusos por los intermediarios y es así como perdemos a estos pequeños productores.

¿Hay productos de otras ciudades iberoamericanas que también utilices?

Fuera del aceite de oliva de España y ciertos productos que vengan de allá... Algún arroz en alguno de los restaurantes. No mucho, porque utilizamos la mayor cantidad de producto local.

¿Qué papel crees que juegan los ingredientes autóctonos en la promoción del turismo gastronómico?

Todo. En el caso de Europa hablamos de un continente más robusto, con sociedades más antiguas que aprecian y mantienen mucho las tradiciones. En Latinoamérica



sí es real que las tradiciones se fueron perdiendo, pero la gastronomía ha ayudado a recuperarlas. Este año tuve un viaje a Mérida, en México y es increíble como a través de la gastronomía han aportado al mantenimiento y rescate del país. Te explican cómo han ido conservando la tradición, la semilla y todo el aporte económico que hay detrás de la gastronomía.

En tu cocina utilizas productos que no se utilizan tradicionalmente en la cocina urbana panameña, ¿podrías enumerarnos algunos y explicarnos en qué marco los utilizas?

Utilizamos productos de temporada como el arroz rojo, arroz negro del Darién, dashin (hojas de un tubérculo) de Bocas del Toro, kalalu de la comarca...

¿Qué le dirías a un turista que quiera sumergirse en la cultura gastronómica de una ciudad iberoamericana de manera auténtica?

Es importante que el turista gastronómico realice un mapeo de restaurantes a través de las guías que existen a día de hoy: la Guía Michelin, Relais & Châteaux y *The World's 50 Best Restaurants*. La mayoría de los restaurantes que figuran en estas guías se han encargado también de realizar una buena comunicación de los productos. A través de ellas, el turista encontrará segura información sobre dónde ir y qué comer.

La comunicación es una de las claves para la promoción del turismo gastronómico ¿Faltan iniciativas para impulsar la promoción del turismo gastronómico en Iberoamérica?

Antes, las guías eran de museos y de sitios por conocer, o sitios históricos de cada país, de cada ciudad. Hoy en día ya hay muchas guías gastronómicas. Yo creo que cuanto más información podemos documentar y tener diferentes medios para fortalecer esa información conectando los puntos en este caso de



Iberoamérica, dentro de su dimensión cultural, utilizando por ejemplo, los países más fuertes a nivel gastronómico para apoyar a los más pequeños en la correlación que tienen el uno con el otro: cómo ha nacido ese plato o cómo llegó ese ingrediente de un lugar a otro. Todo ello son maneras de impulsar el turismo gastronómico a través de la comunicación. 🌐



Iberoamérica en la mesa

Chef Tita

Fotografías: © Ernesto Ríos



Inés Páez, más conocida como Chef Tita, es una visionaria de la gastronomía dominicana que ha transformado la cocina de su país rescatando sus raíces y tradiciones. Con una pasión que nace de su infancia, la chef ejecutiva de *Morisoñando* ha creado una nueva cocina dominicana que celebra lo local y tiene un profundo impacto social. Su restaurante, pionero en sostenibilidad en la República Dominicana, es un reflejo de su filosofía de vida: trabajar en armonía con la naturaleza y apoyar a los productores locales.

¿Cómo influyeron tus primeras experiencias en tu visión de la nueva cocina dominicana?

Cuando estudié en la República Dominicana, me enseñaban la cocina de las islas, la cocina francesa, mexicana, italiana...pero nunca me enseñaron nada de mis raíces ni de mi historia. Cuando me voy a Palma de Mallorca es cuando empecé a descubrir un poquito más el mundo y a descubrir técnicas culinarias. Siempre tuve amor por lo local cuando en mi país nadie creía en lo local. También viene mucho de mi niñez, mi papá tenía una finca y producía mucho producto y nosotros nos involucrábamos con la siembra, con la cosecha... Todos en mi familia cocinamos y tenemos esa sensibilidad. La nueva cocina dominicana que le da valor al producto local, tiene un impacto social, porque transforma y tiene caras en el campo y gente hermosa que hace que nosotros tengamos el mejor producto.

¿Cómo impacta la Fundación Ima en las comunidades rurales de República Dominicana?

Ima significa 'comida' en taíno arahuaco, que es el lenguaje de mis ancestros. Nosotros trabajamos con varias comunidades e identificamos con qué podemos ayudar. Si producen orégano, por ejemplo, nosotros le ayudamos a insertarlo en

el mercado laboral. Tenemos una plaza, Agora Mall, y llevamos de manera gratuita a nuestros productores para que vendan sus productos. También los vendo en mi restaurante en 'La Tiendita de Morisoñando'. En Ima también capacitamos a las mujeres del campo para insertarlas en el mercado laboral y para que puedan desarrollar nuevos productos. Se les da cursos, se ayuda a la digitalización... Generamos oportunidades impactando en sus vidas, dándoles visibilidad y generando esa economía circular en los campos de la República Dominicana. Utilizamos la cocina como un arma de cambio social y transformamos a través de los alimentos.

¿Qué aspectos de la gastronomía dominicana consideras más importantes preservar?

En la República Dominicana se vive el primer encuentro entre dos mundos y se empieza a vivir las primeras experiencias gastronómicas desde 1492. Tenemos la primera cena que se hizo, que fue cuando el cacique Guacanacadix le cocina por primera vez a Cristóbal Colón. Desde ahí, empieza la historia gastronómica de nuestra isla. Tenemos influencia taína, huaca, española, africana, libanesa, italiana, francesa, americana... Lo más importante es conservar esa historia, esos productos y ese intercambio. Una de las cosas más

importantes que define a un país es la gastronomía... Hay que preservar esa identidad y lo que nos define como dominicanos. Somos un país turístico, vendemos mucho el destino como sol y playa, pero también tenemos que venderlo como destino gastronómico y que la gente pueda conocer los mercados, nuestra idiosincrasia a través de nuestra cultura y también conocer lo que somos a través de nuestra cocina.

Creaste la primera Legislación Gastronómica de República Dominicana...

Sí, en 2018. Fue un proyecto que nació hablando con un amigo, con Bruno Toso, un gran chef peruano. Nos preguntábamos cómo podíamos generar identidad en nuestro país. Empezamos a trabajar esa legislación con mi papá, mi hermana... Por eso tenemos el Día Nacional de nuestra gastronomía, que es el segundo domingo de diciembre. Logramos que la gastronomía dominicana sea patrimonio inmaterial de la nación.

También impulsaste el primer proyecto de Diplomacia Gastronómica del país...

Sí, con el Ministerio de Relaciones Exteriores. Tenemos 49 embajadas que nos representan en el mundo y lo que hicimos fue estandarizar nuestras recetas para que cada persona la haga como

debe de ser y la gente la conozca como es original. Porque en la mayoría de las embajadas si se hacía una comida o un evento, se cocinaba otro plato de la cultura del país donde estaba. Hemos ido trabajando todo esto para preservar y para generar esa identidad. La cocina dominicana es muy rica porque cada plato tiene mucha influencia y sobre todo muchos ingredientes. Un plato puede llegar a tener 15 ingredientes.

Considerando tu rol de embajadora de la Nueva Cocina Dominicana ¿Qué importancia tiene el turismo gastronómico en la promoción de la cultura culinaria de las ciudades iberoamericanas?

Es sumamente importante. Es un motor de desarrollo. Involucrar a toda la parte turística y hotelera con la parte gastronómica es fundamental, casi obligatorio. Creo que tiene que ser una iniciativa más gubernamental, donde se unan muchos sectores, público, privado y todo el sector gastronómico, porque es de suma importancia para generar, poder también darle proyección a la cocina de un país, que la gente no viaje solamente a un «todo incluido». Pero creo que vamos por buen camino. Se está haciendo un estudio con el Basque Culinary Center, del cual también soy parte a través de la Asociación de Restaurantes de la República Dominicana (ADERES), para ayudarnos a mercadear nuestra gastronomía, seguir proyectándola y dándola a conocer para que el turismo no solo se interese por el atractivo de arena blanca, playa y sol, sino también por la gastronomía.

Has sido la primera dominicana en recibir 'La Liste de París' en la categoría 'Espíritu Comunitario' ¿Qué representa este premio y cómo ha impactado en la visibilidad de la gastronomía dominicana?

Ha sido algo maravilloso, me sentí muy feliz y orgullosa de recoger los frutos. Empecé a trabajar a los 17 años y no he parado, ha sido un trabajo muy arduo dar esa visibilidad a la república a través de nuestra cocina y a través de lo que hacemos con nuestros



productores... Me fui con mi hija Taína, para que ella viera el esfuerzo de mamá. Algo estamos haciendo bien cuando en mercados internacionales se están interesando en la cocina dominicana. Cada vez nos dan más aperturas en eventos internacionales donde mostramos nuestra gastronomía y nuestra cultura gastronómica. Llevamos años trabajando en pro de la cocina de nuestro país, mostrando historia, cultura, el producto, las influencias y todo lo que nos distingue como dominicanos.

¿Qué rol juegan los chefs en la promoción de la sostenibilidad y cómo la aplicas en tu restaurante?

Los chefs somos líderes, somos agentes de cambio que ya no estamos entre cuatro paredes. El chef sale, descubre, investiga, ve su entorno... Parte importante de la sostenibilidad es descubrir qué está pasando a tu alrededor. Nosotros, por ejemplo, creo que somos el único restaurante sostenible de la República Dominicana. Tenemos nuestra producción de huertos, producimos toda la hierba aromática y toda la legumbre que utilizamos en el restaurante. Tenemos siembra de yuca y siembra de plátano. Tenemos once productores y les compramos de manera directa, sin intermediarios, de esta forma todos estamos impactando vidas y el dinero le llega directo al campo. También trabajamos con comunidades de pescadores y con artesanos, porque todo el restaurante está hecho por manos dominicanas.

Una vez al mes hacemos 'Ima nos une' donde montamos mesas en mi restaurante, cocinamos con nuestros productores y en esas mesas se venden sus productos. Tratamos de cocinar, de hacer talleres y enseñar el producto, darlo a conocer para que otros cocineros también puedan utilizarlo. Hacemos cocina con impacto social, donde apoyamos a la cadena de valor de manera directa y yo utilizo mis influencias como cocinera para ser embajadora de todos ellos y generar oportunidades para que sigan creciendo y puedan vivir más estables en sus campos.



¿Qué proyectos tienes para continuar difundiendo la cocina dominicana?

El año que viene quiero que además del intercambio cultural que hacemos con los cocineros, también lo hagamos con la gente que ayudamos. Que yo haga un intercambio entre uno de mis productores, con los productores por ejemplo de Costa Rica, de un amigo mío, de Pablo Bonilla, que también hace una linda labor. Que compartamos los conocimientos y ellos puedan entrenar a mi productor y yo entrenar a su productor en el campo.

También continuar con Top Chef VIP. Por supuesto seguir con mi otro restaurante Aguají (en Puerto Plata, Sosúa) donde tenemos una experiencia totalmente dominicana, también llevada a los ancestros.

Continuaré trabajando con la fundación y con otras fundaciones de grandes amigos, además de seguir trabajando con la educación de mi país, para que los niños conozcan la cocina dominicana y abracen con orgullo esa identidad. La educación tiene que empezar desde pequeños para que la gente se sienta orgullosa del país, de nuestra esencia, de lo que somos y se pueda seguir potenciando y creyendo en lo que somos. 🌍



Delicias de las ciudades UCCI

Escudella

Andorra la Vella



- | | | |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Arroz 150 g • Butifarra blanca 435 g • Fideos 150 g • Careta de cerdo 490 g • Judías blancas 100 g • Panceta de cerdo 250 g • Garbanzos 100 g • Ternera 245 g • Patatas 1.250 g | <ul style="list-style-type: none"> • Brinquera 250 g • Puerros 250 g • Huesos (ternera y jamón) 135 g • Zanahorias 200 g • Huesos de gallina 75 g • Apio 200 g • Albóndigas (*) 825 g • Col 350 g | <ul style="list-style-type: none"> • Calabaza 250 g • Butifarra negra 675 g • Sal, pimienta, ajo, perejil, harina y agua de Andorra <p>(*) 275 g de cerdo, 275 g de ternera y 275 g de gallina</p> |
|---|---|---|

1. Ponemos a hervir el agua. Cuando hierva, tiraremos los huesos y la panceta para hacer el caldo (30 minutos).
2. Mientras tanto, prepararemos las albóndigas o pilota con la carne de cerdo, ternera y gallina, y lo mezclaremos todo con el ajo, el perejil, la sal y la pimienta.
3. Haremos las albóndigas y las pasaremos por harina. Las coceremos en una olla aparte porque, si tenemos que añadir caldo a la escudella, aprovecharemos el de las albóndigas (una hora).
4. Cortaremos las verduras y las patatas. Normalmente tenemos que ir quitando la espuma del caldo hasta que la saquemos toda.
5. Cuando los huesos lleven 30 minutos hirviendo, añadiremos la carne de ternera y dejaremos que hierva una hora más.
6. Pasado este tiempo, sacaremos los huesos y la carne, y añadiremos la butifarra negra y la butifarra blanca. Lo dejaremos hervir unos 30 minutos más y después lo sacaremos todo.
7. Añadiremos las verduras para que hiervan unos 30 minutos y después las patatas unos 25 minutos más. Tiraremos los fideos y el arroz. Los dejaremos hervir unos 15 minutos y finalmente añadiremos las judías y los garbanzos cocidos para que hiervan 15 minutos.
8. Mientras tanto, cortaremos la carne, la brinquera, las butifarras y la panceta, junto con las albóndigas, en el mismo plato donde serviremos la escudella. Tenemos que ir probando la escudella para rectificar el punto de sal. Acompañada, si es posible, de pan moreno.

© Comú d'Andorra la Vella



Chipa de almidón

Asunción



- 12 huevos
- 2,5 kg de almidón de mandioca
- Medio kg de grasa de cerdo
- 750 g de queso paraguay (puede ser otro tipo de queso)
- Medio litro de leche
- Anís al gusto
- Sal al gusto

1. Se baten a mano los huevos, con la grasa, la leche, el queso y el anís, por espacio de 15 minutos y luego se agrega el almidón en forma de lluvia.
2. Se va mezclando hasta formar una masa compacta, si es necesario agregar más leche. Necesita un buen amasado.
3. Cocinar al horno hasta que la corteza este dorada y crocante.

Fuente: *Chipa Pan Sagrado* - Margarita Miro

Escrito por Lic. Yeruti Fay Michalik - Departamento de Turismo
Dirección General de Cultura y Turismo de la Municipalidad de Asunción.

Arroz de pollo de raza Prat con calabaza y romesco de avellanas de Reus

Barcelona



- 80 g de arroz del delta variedad Sénia
- 100 g de calabaza violín
- 1 cebolla de Figueres
- 1 l de caldo de pollo
- 1 tomate maduro
- 4 dientes de ajo
- 6 cl de aceite de oliva virgen
- 500 g de pollo de raza Prat, cortado pequeño
- 1 g de sal
- 30 g de avellanas de Reus
- 2 cl de vinagre de jerez

1. Para el romesco de avellanas: escalivar media cebolla, dos dientes de ajo y el tomate, al horno, con un chorro de aceite, a fuego vivo, hasta que estén cocidos y hayan cogido color. En el vaso de la batidora, poner las avellanas tostadas, sal, el vinagre de jerez, las verduras escalivadas peladas y un buen chorro de aceite de oliva y triturarlo todo hasta que quede un romesco bien fino.

2. Para el arroz: poner un poco de aceite en una paella de hierro y dorar el pollo, previamente salpimentado, hasta que coja color. Incorporar la cebolla cortada a dados y el ajo, y dorarlo todo junto.

3. Acto seguido, cubrir con agua y cocer 45 minutos a fuego lento y tapado, hasta que el pollo esté tierno y el agua se haya evaporado.

4. Añadir el arroz y darle unas vueltas a fuego lento. Añadir la calabaza cortada a dados y alguna verdura de temporada al gusto, como alcachofas. Incorporar el caldo y rectificar de sal. Acabar la cocción al horno, 12 minutos, a 220 °C.

5. Sacar la paella del horno, probarlo para comprobar el punto y decorarlo con unos puntos de romesco de avellanas.

La proporción de caldo para hacer un arroz seco es de una parte de arroz por cuatro de caldo.

© Ayuntamiento de Barcelona

Ajiaco santafereño

Bogotá



- 600 g de pollo (pechuga y/o pierna pernil), según preferencia
- 600 g de mazorca tierna (2 mazorcas pequeñas)
- 250 g de cebolla larga
- 125 g de cilantro de castilla (una rama)
- 10 g de ajo
- 100 g de guascas (un manojo)
- 700 g de papa sabanera

- 700 g de papa pastusa
- 700 g de papa criolla
- 2,4 litros de agua
- Sal al gusto

Acompañamiento:

- 30 ml de crema de leche
- 30 ml de alcaparras
- 600 g de aguacate
- 30 ml hogao (tradicional) o crema de leche

1. Elaborar un buen caldo con el agua, el pollo, un *bouquet garni* (ajo, cebolla, cilantro y una parte de las guascas), y la mazorca. Dejar hervir a fuego alto.
2. Pelar las tres clases de papa, lavarlas bien y cortarlas en láminas o cubos medianos; reservarlas en agua fría.
3. Una vez esté el caldo de buen sabor, retirar el cilantro, la cebolla y el pollo. Añadir la papa sabanera, luego la pastusa y la mitad de la criolla, que se deshace más rápido y da consistencia y color al ajiaco.

4. Bajar el fuego a intensidad media y corregir la sal. Revolver suavemente y agregar el resto de criolla y de guascas. Bajar a fuego lento y dejar conservar.
5. Añadir el pollo deshilachado, dejar un último hervor y servir.

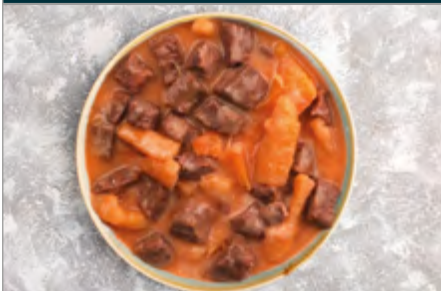
Acompañamiento:

Tradicionalmente el ajiaco santafereño se acompaña con aguacate, crema de leche y alcaparras, que se sirven aparte y se adicionan al gusto.

Receta para cuatro personas
© Alcaldía Mayor de Bogotá. Ricardo Báez

Vaca atolada

Brasilia



- 1,5 kg de costilla vaca en pedazos
- 4 dientes de ajo picados
- 3 tomates
- Sal, pimienta negra y perejil picado al gusto
- 4 cucharadas (sopa) de aceite
- 2 cebollas picadas
- 2 pastillas de caldo de carne
- 1 kg de yuca en pedazos

1. Sazone la costilla con el ajo, la sal y la pimienta.
2. Caliente, en una olla a presión el aceite en fuego alto y fría la carne hasta que quede dorada.
3. Añada la cebolla, el tomate, las pastillas de caldo de carne y rehogue por 5 minutos.
4. Cubra con agua, tape y cocine por 25 minutos a fuego bajo tras iniciada la presión.
5. Apague el fuego y deje que salga la presión naturalmente antes de abrir la olla.

6. Añada la yuca, cubra con un poco más de agua si es necesario y cocine por otros 25 minutos a fuego bajo tras iniciada la presión.
7. Apague el fuego, deje que la presión salga naturalmente y abra la olla.
8. Vuelva a poner la olla al fuego medio, salpimiente y cocine hasta que la costilla y la yuca estén blandas. Sirvala en una fuente y salpíquela con perejil.

© Brasilia Distrito Federal



Milanesa a la napolitana con papas fritas

Buenos Aires



- 500 g bifos de nalga
- 3 huevos
- Ajo
- Perejil
- Sal y pimienta
- 2 cdas. mostaza
- Pan rallado
- 500 cc salsa de tomate
- 200 g jamón cocido
- 500 g queso mozzarella

Guarnición:

- 1 kg de papa
- Aceite

1. Golpear los bifos de carne para hacerlos más grandes y salpimentar.
2. Hacer una mezcla con los huevos, el ajo y perejil picados y la mostaza.
3. Pasar la carne por la mezcla y luego rebozar con el pan rallado.

4. Freír en abundante aceite.
5. Poner las milanesas en una asadera, cubrir con salsa, jamón y mozzarella y gratinar unos minutos en el horno.

Para las papas fritas:

6. Pelar, lavar y cortar las papas en bastones.
7. Secarlas bien con un repasador.

8. Poner abundante aceite en una sartén y llevar al fuego. Cuando el aceite esté bien caliente, incorporar las papas, sin que se amontonen.
9. Una vez que están doradas, retirar con una espumadera y ponerlas sobre papel de cocina para que absorba el excedente de aceite.
10. Agregar sal antes de servir.

© Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Caballas con babetas

Cádiz



- 1 kg de caballas
- 200 g de pimienta verde picado
- 250 g de cebolla picada
- 4 dientes de ajo
- 500 g de tomate pelado y picado
- 250 centilitros de aceite de oliva virgen
- Sal
- 300 g de babeta fresca (pasta aplastada parecida a un tallarín pero mucho más corta, de la longitud de un macarrón)

1. Limpiar las caballas de tripas y agallas, quitarles la cabeza y abrirlas en filetes. Poner las cabezas y las espinas bien enjuagadas en una cacerola con agua y dejarlo cocer por espacio de media hora. Este será el caldo que se empleará para este guiso.

2. En otra cacerola poner el aceite a calentar y dorar los ajos. Una vez que empiecen a tomar color, añadirle pimienta y la cebolla, dejar cocinar hasta que estén bien cocidos, subir el fuego e incorporar el tomate y rehogar hasta que pierda todo el agua. En ese momento se añade unos dos litros de caldo colado y dejar cocer 15 minutos.
3. Sazonar y añadir las bábelas y un minuto más tarde las caballas, para que la cocción no sea larga y el pescado no se pase.

4. Si utilizamos pasta seca el tiempo de cocción será mayor. Por último, el pescado se añadirá en el último momento, siguiendo las mismas normas que para la pasta fresca.

Receta elaborada por la Escuela de Hostelería de Cádiz. © Gabinete de Prensa, Ayto. de Cádiz

Chuchitos guatemaltecos

Ciudad de Guatemala



- 1 kg de Masa
- 1 kg de Pollo
- 2 Barras de mantequilla
- 3 cucharas de Aceite
- 15 Tomates
- 4 Miltomates (tomatitos verdes)
- 2 Pimientos rojos
- 1 Cebolla mediana
- 3 Dientes de ajo

- 1 Chile guaque
- 1 Chile sambo
- Sal y consomé
- ½ kg de Tusa (hoja de maíz seca)

1. Prepara la Maseca (harina preparada) mezclando con agua, la masa deberá quedar aguadita pero con consistencia, agrega el aceite, mantequilla, sal y consomé al gusto.
2. Para preparar la salsa asa los chiles guaque y sambo, ya asados colócalos a remojar unos 20 minutos en agua para que suelten lo picante, retira el agua y licúa con un chorrito de agua y pásalos por un colador.

3. Por separado, asa los tomates, miltomates, ajos, cebolla, chiles pimientos. Licúalos para hacer la salsa y únelos a la mezcla de los chiles. Coloca todo en una olla y lleva el recado a hervir.
4. Parte el pollo en trozos pequeños y sancóchalos sazonando con sal y consomé al gusto.
5. Coloca a remojar las tusas en agua caliente. Arma los chuchitos colocando una cucharada grande en el centro de la tusa echando recado por encima e insertando un trozo de pollo en el centro.

6. Dobra la tusa hacia el centro y hacia arriba amarrando con una tirita de tusa.
7. Cocina por aproximadamente dos horas.

© Municipalidad de Guatemala

Machete de tinga de pollo

Ciudad de México



- 1 pechuga cocida y deshebrada
- 2 cebollas rebanadas, en plumita
- 2 cucharadas de aceite
- ½ kg de jitomate
- 4 chiles morita, asados y despepitados
- 3 dientes de ajo medianos
- Sal al gusto
- Caldo de pollo en polvo
- Machete de 60 cm (tortilla)

1. Colocar recipiente engrasado al fuego lento, donde se agrega la cebolla hasta que se cuece un poco.
2. Se muele el jitomate con el ajo y el chile morita, Ya que hierve un poco, se añade la pechuga de pollo deshebrada.
3. Sazonar con un poco de sal en polvo, dejar hervir unos diez minutos para que sazone bien
4. Rellenar el machete (tortilla de 60 cm de diámetro) y calentar en comal ligeramente engrasado para evitar que la tortilla se pegue pero sin que esté fría.

Receta de Machetes Amparito

Guía gastronómica de las ciudades mexicanas Patrimonio Mundial

© Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial A.C.



Langostinos en salsa de culantro con patacones

Ciudad de Panamá

**Para los langostinos:**

- 6 langostinos
- 2 dientes de ajos
- 1 puñado de perejil picado
- 1 cucharada de paprika
- 2 hojas de culantro fresco
- 2 cucharadas de tomate frito
- 150 ml de caldo de pescado
- 400 ml de leche de coco fresca o enlatada
- 1 pizca de sal y un poco más al gusto
- 1 chorro de aceite de coco

Para los patacones:

- 2 plátanos verdes enteros
- Aceite para freír
- Sal al gusto

Para la ensaladilla:

- ½ repollo morado picado finamente
- 1 zanahoria rallada
- ½ taza de mayonesa
- ½ cucharada de azúcar
- Sal al gusto

1. Limpiar los langostinos pero dejarlos enteros, con su piel y su cabeza.
2. Picar todos los vegetales a su gusto y ponerlos a sofreír en aceite de coco con sal y las especias. Agregar la leche de coco y dejar cocinar por 10 minutos a fuego bajo.
3. Llevar la mezcla a la licuadora, licuar y ajustar el nivel de sal de ser necesario.

4. En una sartén limpia, sellar los langostinos con el aceite de coco restante y sal al gusto.
5. Servir los langostinos y bañarlos con la salsa recién licuada y caliente.
6. Pelar los plátanos y cortarlos en trozos de 1 pulgada.
7. Poner a freír en fuego medio alto, hasta que estén cocidos internamente.

8. Sacar, dejar reposar por 1 minuto y aplastar.
9. Volver a freír ya aplastados, con el aceite a fuego alto.
10. Mezclar la zanahoria, el repollo, la mayonesa, el azúcar, y la sal al mismo tiempo.
11. Servir y decorar al gusto.

© Alcaldía de Ciudad de Panamá

Receta de ropa vieja cubana

La Habana



- 1 libra carne de res
- 1 cubito caldo de res
- 2 hojas laurel
- Pizca pimienta negra
- Pizca sal al gusto
- 1 pieza cebolla grande
- ½ pieza pimienta
- 2 dientes ajo

- ½ cucharadita comino en polvo
- 1 cucharadita orégano puede ser fresco o en polvo
- ½ taza vino tinto
- 1/8 taza vino seco
- ½ taza puré de tomate
- Pizca aceite

1. Llene de agua una olla, preferiblemente de presión, y ponga a ablandar la carne fijándose que el agua cubra la carne unos tres dedos. Agregue sal y deje hervir durante unos 30 minutos aproximadamente o hasta que la carne quede lo suficientemente blanda para poder desmenuzarla (puede verificarlo si al introducir un tenedor en la carne, este se hunde fácilmente).
2. Escurre la carne en un recipiente y espere hasta que se enfríe. Puede conservar el caldo para preparar otros platos.

3. Ayudándose con dos tenedores, deshebre bien la carne y reserve.
4. Para preparar la salsa, triture bien los dientes de ajo y pique en cuadritos pequeños la cebolla y el pimienta. Lleve a sofreír durante unos 30 segundos, en un sartén bien caliente con una cucharadita de aceite.
5. Añada al sofrito el comino, orégano, vino tinto, vino seco y el puré de tomate. Revuelva hasta que todo quede bien integrado durante otros 30 segundos.

6. En un sartén grande, incorpore la carne desmenuzada y cúbrala bien con toda la salsa. Deje cocinar a fuego medio durante unos pocos minutos.
7. Rectifique el punto de sal a su gusto.
8. Sirva en un plato llano acompañado de arroz blanco, papa o plátano frito, ensalada de estación y disfrute de este sabroso plato.

© Gobierno provincial La Habana

Chairo paceño

La Paz



- 4 papas cortadas juliana
- 6 chuños (papa deshidratada) machucados
- 2 zanahorias cortadas juliana
- 1 nabo entero 1/2 taza de trigo
- ½ kg de carne de pecho de res picada
- ½ kg de hueso de res
- ½ cebolla sin picar
- 2 cucharas de perejil picado
- 1 cuchara de apio picado
- 1 cuchara de yerbabuena picada
- 1 taza de maíz reventado (mote)
- 100 g de Chalona (carne de cordero seca)
- 1 ½ litros de agua
- Sal
- Pimienta al gusto

1. Sofreír las verduras.
2. Luego cocer todos los ingredientes en agua con las carnes (excepto las yerbas) durante una hora.
3. Posteriormente se añaden las yerbas y se dejan cocer 5 minutos.
4. Sírvese bien caliente.
5. Añada un poco de chicharrón de cerdo.

© Gobierno Autónomo Municipal de La Paz

Causa limeña

Lima

**Para la masa**

- 3 ajíes amarillos
- 1 kg de papas amarillas
- 3 limones
- 60 mililitros de aceite vegetal
- Sal y pimienta al gusto

Para el relleno

- 250 g de pollo
- 2 cebollas
- 1 pimentón verde
- 5 ajíes
- 100 g de mayonesa
- 1 palta mediana picada en rebanadas
- 1 zanahoria mediana
- 6 vainitas o judías

Para la masa:

1. Pelar las papas y llevarlas a hervir con un poquito de sal hasta que ablanden.
2. Mientras tanto, prepara la salsa de aji amarillo que sirve para dar sabor y color a la masa. Solo tienes que picar los ajíes, elimina las semillas y las venas; córtalos en cuartos. Llévalos a hervir hasta que ablanden. Cuando estén suaves, retira la piel y licúa la carne de los ajíes. Obtendrás una salsa de consistencia un poco espesa y de un bonito color amarillo. Resérvala; cuando las papas estén listas, aprovecha que están calientes para elaborar la masa prensándolas, procurando que quede lo más fino posible.

3. Agregar a la masa todos los demás ingredientes: la salsa amarilla, el aceite, el jugo de los limones, sal y pimienta. Mezclar muy bien amasando con las manos.

Para el relleno:

4. Preparar el pollo el cuál se cocina en agua junto con una de las cebollas, el pimentón verde, los ajíes y la sal al gusto. En la misma agua del pollo se puede poner a hervir las judías o vainitas y las zanahorias. Eso sí, es importante que nada se cocine más de lo debido. Cuando estén listas, retirarlas del agua y deshilar el pollo completamente.
5. Une el pollo ya deshilado junto con la otra cebolla bien picada, la mayonesa y un poco de sal y pimienta.

Para el armado:

6. Primero se toma una porción de la masa y se cubre el fondo de un molde. Luego, se coloca las rebanadas de palta por encima de la masa.
7. Cubre la palta con la mezcla del pollo.
8. Toma otra pequeña porción de masa y tapa todo el pollo. Encima, coloca la capa de zanahorias y judías o vainitas verdes.
9. Con la masa que quede, cubre bien la causa limeña. Para el adorno, corta los huevos de forma longitudinal y colócalos encima de la causa junto a las aceitunas. Dejar reposar un poco en la refrigeradora. Este es un plato que se sirve frío.

© Municipalidad Metropolitana de Lima



Bacalao a la Brás

Lisboa



- 500 g de Bacalao
- 500 g de patatas
- 4 cucharas de sopa de aceite
- 350 g de cebollas
- 5 huevos
- 2 dientes de ajo
- 1 cuchara de sopa de perejil picado
- Aceitunas negras
- Sal y pimienta
- 2 cucharas de sopa de nata (opcional)

1. Desmenuza el bacalao en tiras finas. Pelas patatas, lávalas y córtalas en juliana fina con la ayuda de un rallador. Después, lávalas en varias aguas, escurre y sécalas en un paño.
2. Pela y pica los dientes de ajo y corta las cebollas en rodajas finísimas.
3. Lleva el aceite al fuego en una sartén y, después que esté caliente, añade los dientes de ajo.

4. Tan pronto como el ajo empiece la dorarse, añade inmediatamente las patatas y fríelas ligeramente, moviendo siempre con un tenedor, para evitar que queden pegadas unas a otras.
5. Saca las patatas y, en el mismo aceite, dora las cebollas.
6. Añade luego el bacalao, mézclalo bien con la cebolla y deja cocer durante unos minutos.

7. Vuelve a poner las patatas en la sartén, remueve y vierte los huevos batidos y salpimentados. Mueve sin parar sobre fuego medio, de modo que los huevos queden tiernos.
8. Espolvorea con el perejil y decora el Bacalao a la Brás con aceitunas negras.

© Câmara Municipal de Lisboa

Cocido madrileño

Madrid



- 1 taza garbanzos
- 50 g patata
- 50 g chorizo asturiano
- 50 g tocino
- 1 hueso de jamón

- 150 g carne de morcillo
- 100 g gallina
- 100 g repollo para acompañamiento
- 3 dientes de ajo
- 1 puñado de fideos

1. Ponemos los garbanzos en remojo la noche anterior.
2. En un puchero de barro, hecho a mano, introducimos la carne de morcillo, el jamón, la gallina, los garbanzos, el tocino y el chorizo.
3. Cuando haya estado cocinando tres horas añadimos la patata y dejamos cocer una hora más.
4. Después de poner todos los ingredientes en crudo añadimos el agua y ponemos todo al fuego lento del carbón de encina durante cuatro horas.

5. Durante este periodo de tiempo hay que estar regando los pucheros continuamente con caldo de cocido para que no se sequen, puesto que la temperatura que se acumula en la parrilla donde se cocinan al carbón es muy elevada y se consume el caldo.
6. Hay que cocer el repollo y luego rehogarlo con aceite de oliva y ajo. Los fideos se cuecen con agua y un trozo de chorizo.

Receta: Mara Verdasco | Restaurante La Bola

© Cien recetas icónicas de Madrid (con parada en sus mercados). Ayto. de Madrid.

Arroz aguado nicaragüense

Managua



- 2 libras y media de pollo
- 2 libras de arroz entero
- Sal al gusto
- 1/2 de yerbabuena
- Achiote al gusto

- La mitad de una cebolla
- 4 tomates
- 2 chiltomas
- Naranja agria al gusto
- 1 diente de ajo machacado

1. Limpiamos el pollo con naranja agria y sal, lo ponemos a cocer con 2 litros de agua y le agregamos la cebolla, el diente de ajo, los tomates y la chiltoma.
2. Cuando el pollo esté algo suave, le agregamos el arroz lavado, y un poco de naranja agria al gusto y el achiote para darle ese color rojito. Dejamos que el arroz reviente.

3. Cuando el arroz éste en el punto, le seguimos agregando el agrio al gusto y un poquito de sal. Terminamos agregándole la yerbabuena y lo dejamos reposando unos 5 o 6 minutos, siempre manteniendo la consistencia de que nos quede sopiadito.
4. Luego lo servimos en unas tazas de sopas y saboreamos nuestro exquisito arroz aguado.

© Alcaldía de Managua

El chivito

Montevideo



- 200 g churrasco de lomo
- Lechuga
- Tomate
- Cebolla
- Jamón
- Mozzarella
- Panceta ahumada
- Huevo duro, o frito
- Mayonesa
- Pan tortuga

1. Golpear la carne hasta que quede tierna y finita.
2. Formar paquetes con el jamón y queso.
3. Cortar las verduras en juliana y la panceta directa a la plancha caliente.
4. Tostar un poco las caras internas del pan para que le den un «crunch» especial.
5. La carne a la plancha, salpimentar a gusto.

6. Poner encima de la carne, casi cocida, el paquete de jamón y mozzarella para que se funda y ahí añadimos la panceta.
7. Poner la mayonesa en el pan, las verduras y agregar la carne.
8. Para un gran final acompañar con papas fritas.

© Intendencia de Montevideo



Locro quiteño

Quito



- 1 kg de papa chaucha o amarilla cascada
- 1 kg de papa leona blanca
- 2 kg de papa chola cascada
- 200 g de cebolla blanca picada
- 1 ají entero
- 50 g de aceite achiote
- 500 ml de leche

- 50 g de mantequilla
- 100 ml de crema de leche
- 1 ají asado
- 2 aguacates
- 400 g de queso fresco
- 150 g de tostado

Base:

1. Sofreír Cebolla blanca en achiote.
2. Agregar papa chola cascada, papa chaucha pelada, papa bolona, un ají escalibado y agua hasta cubrir.
3. Cocer por 30 minutos aproximadamente y retirar el ají.
4. Cocer hasta ablandar y obtener una base cremosa.

Locro quiteño

5. Locro base + leche + crema + 10% queso procesado con leche.
6. Puede ser guarnecido con aguacate, ají, queso, y tostado entre otros.

© Distrito Metropolitano de Quito

Filete Osvaldo Aranha

Río de Janeiro



- 1 filete de solomillo de aproximadamente 200 g
- Sal y pimienta negra al gusto
- 2 dientes de ajo picados o en láminas
- 2 cucharas de sopa de mantequilla
- 2 cucharas de sopa de aceite
- 1 taza de arroz blanco cocido
- 1 taza de patata portuguesa (patata frita en rodajas finas)
- 1 huevo frito (opcional)

Filete:

1. Sazone el filete con sal y pimienta negra al gusto.
2. En una sartén grande y caliente, poner el aceite y la mantequilla a fuego medio-alto.
3. Añada el filete y selle por ambos lados hasta alcanzar el punto deseado (poco hecho, al punto, muy hecho. Lo ideal es que quede jugoso y blandito.).

Preparar el ajo:

4. En la misma sartén, después de retirar el filete, añada un poco más de mantequilla y fría el ajo hasta que quede dorado. Cuidado para que no se queme.

Patata portuguesa:

5. Fría las patatas en rodajas finas hasta que queden doradas y crujientes. Retírelas y colóquelas sobre papel absorbente para escurrir el exceso de aceite. Sazone con sal al gusto.

Montaje:

6. Coloque el filete en el plato, cubra con el ajo frito.
7. Al lado, ponga una porción de arroz blanco y otra de patatas portuguesas.
8. Si lo desea, añada un huevo frito sobre el arroz.

© Prefeitura de Río de Janeiro

Gallo pinto

San José



- 2 tazas de arroz blanco cocido
- 3 tazas de frijoles negros cocidos
- ¼ taza de cebolla picada
- ½ pimiento verde picado (opcional)
- 2 cucharadas de cilantro picado
- 3 cucharadas de aceite vegetal
- Sal y pimienta al gusto
- Salsa Lizano al gusto (opcional)

1. Calentar el aceite en una sartén a fuego medio.
2. Agregar la cebolla y el pimiento verde (si se usa) y sofreír hasta que estén tiernos.
3. Incorporar los frijoles negros y cocinar durante 2 minutos.
4. Añadir el arroz blanco, el cilantro, la sal y la pimienta. Mezclar bien y cocinar durante 3-5 minutos más, o hasta que esté caliente.
5. Servir caliente con huevos fritos, aguacate, tortillas o crema agria.

© Municipalidad de San José

Piña colada

San Juan



- 2 tazas de hielo
- 1 taza de jugo de piña
- 1/2 taza de ron blanco
- 1 taza de crema de coco
- trozos de piña fresca para adornar
- 2 cerezas ('cherries') maraschino para decorar

1. En una licuadora combina el hielo, jugo de piña, crema de coco y el ron.
2. Mezcla a velocidad alta por varios segundos hasta que el hielo se triture. Procura que todos los ingredientes se integren bien.
3. Sirve en vasos y decora con trozos de piña y cerezas.

© Municipio Autónomo de San Juan



Popusas salvadoreñas

San Salvador

**1. Preparar la masa:**

- En un bol grande, mezcla la harina de maíz con la sal.
- Poco a poco, agrega el agua tibia mientras mezclas con las manos hasta que obtengas una masa suave y manejable. La masa debe ser húmeda pero no pegajosa. Si está muy seca, agrega un poco más de agua; si está muy pegajosa, agrega un poco más de harina.

Para la masa:

- 2 tazas de harina de maíz
- 1 1/2 tazas de agua tibia
- 1/2 cucharadita de sal

2. Formar las pupusas:

- Divide la masa en bolas del tamaño de una pelota de golf (unas 12 porciones).
- Aplana cada bola en un disco grueso usando tus manos.
- Coloca una cucharada de queso rallado (y un poco de loroco si estás usando) en el centro del disco.
- Dobra los bordes de la masa hacia el centro, envolviendo el relleno y cerrando bien para que el queso no se salga.
- Aplana suavemente la bola rellena entre tus manos hasta formar una tortilla gruesa de aproximadamente 1/4 de pulgada de espesor. Ten cuidado de no romper la masa y dejar que el queso se salga.

Para el relleno:

- 2 tazas de queso rallado (puedes usar queso fresco, quesillo, mozzarella, o una mezcla de ellos)
- Opcional: un poco de loroco (una flor comestible típica de Centroamérica) si puedes encontrarlo, para darle un sabor más auténtico.

3. Cocinar las pupusas:

- Calienta una sartén grande o un comal a fuego medio-alto. No necesitas añadir aceite, pero si prefieres, puedes usar un poco de aceite para evitar que se peguen.
- Coloca las pupusas en la sartén caliente y cocina durante unos 3-4 minutos por cada lado, o hasta que estén doradas y cocidas por dentro.
- Sabrás que están listas cuando se inflen un poco y tengan manchas doradas en ambos lados.

4. Servir:

- Las pupusas se sirven tradicionalmente con curtido (una ensalada de repollo encurtido) y salsa roja (una salsa de tomate ligera y picante).

© Alcaldía de la Ciudad de San Salvador

Arrollado italiano

Santiago



- Marraqueta
- Arrollado
- Tomate en láminas
- Palta molida
- Mayonesa casera a gusto

1. Antes de comenzar, tostamos el pan un minuto, hasta que esté tibio y crujiente.
2. Luego cortamos la marraqueta por la mitad, longitudinalmente, y untamos el interior de la tapa con mayonesa.
3. En la otra mitad del pan vamos colocando los ingredientes: el arrollado cortado en láminas, el tomate previamente cortado en láminas y la palta (aguacate) molida. Es importante respetar el orden de los ingredientes.
4. Cerramos con la tapa suavemente para evitar que se escapen los ingredientes.
5. Una vez listo, cortamos el sándwich por la mitad y servimos inmediatamente.

© Municipalidad de Santiago

Pescado con coco de Samaná

Santo Domingo



- 2 lbs. de pescado fresco (carite, mero, o chillo) cortado en filetes
- 1 cda. de sal
- 1 cda. de pimienta negra
- 1 cda. de orégano en polvo
- 4 dientes de ajo
- ¾ taza de aceite + 2 cdas.
- 1 cebolla
- 3 cdas. de salsa de tomate
- 1 ramo de cilantro
- 2 tazas de leche de coco

1. Sazonamos el pescado con la sal, la pimienta, el orégano, y dos de los dientes de ajo machacados.
2. Llevamos el aceite a una sartén a fuego medio. Una vez el aceite esté caliente, freímos el pescado hasta dorar bien por ambos lados. Retiramos del fuego y dejamos reposar hasta preparar la salsa.
3. Ponemos las 2 cdas. de aceite extra en una olla de fondo grueso y llevamos a fuego medio. Una vez el aceite esté caliente agregamos la cebolla y los dientes de ajo restantes. Sofreímos hasta dorar y añadimos la salsa de tomate, el cilantro y la leche de coco.
4. Procedemos con la cocción, pasados unos minutos agregamos los filetes de pescado, los bañamos con la salsa, bajamos el fuego y apamos la olla. Dejamos cocinar por aproximadamente diez minutos.
5. Pasado este tiempo retiramos del fuego y servimos caliente.

Receta de Chef Tita. Pídale en el Restaurante MoriSoñando, Santo Domingo.

Cuscús paulista

São Paulo



© Marcos Issa

- ½ kg de filete de pescado
- 350 g de gambas medianas peladas y limpias
- 200 g de sardinas en conserva de aceite
- 45 ml de aceite de oliva
- 20 g de ajo
- 150 g de cebolla mediana
- 200 g de tomates maduros
- 50 g de pimienta verde
- 50 g de pimienta roja
- 3 huevos
- 150 g de guisantes en conserva
- 150 g de corazón de palmito en conserva
- 15 g de cilantro
- 25 g de cebollino
- 50 g de aceitunas verdes
- 400 ml de caldo de pescado
- 250 g de harina de maíz flocada
- 100 g de harina de yuca
- Limón q.b. para sazonar pescados y gambas
- Sal, pimienta negra Wen polvo y pimentón.
- 10 tomates cherry para decorar

1. Comience el cuscús decorando una forma con un agujero en el medio, previamente engrasado con aceite de oliva, usando tomates cherry, huevos hervidos, pimientos, corazón de palma, filetes de sardina, camarones.
2. Sazona el pescado y las gambas con sal, limón, cilantro y pimienta negra. Saltear en aceite de oliva (por separado) y reservar.
3. Mezclar las harinas y humedecer ligeramente con las manos mojadas. Reservar.
4. Calentar el aceite de oliva y dorar el ajo.
5. Añadir los pimientos, cebollas y tomates pelados, en cubos. Saltea unos 10 minutos.
6. Añadir el pimentón y la pimienta. Introduzca el caldo de pescado, el pescado salteado y los camarones (reserve parte de esto para decorar).
7. Al hervir, añadir los huevos, el corazón de palma, las sardinas, los guisantes, el cebollino y las aceitunas, golpear la sal y la pimienta.
8. Introduzca lentamente las harinas, revolviendo sin parar hasta que la pasta esté firme.
9. Inmediatamente (sin que se enfríe) vierta el cuscús en el molde decorado.
10. Rellenar la forma, presionar con una cuchara para que el cuscús quede muy compacto.

Consejo del chef: déjalo reposar en un lugar fresco al menos tres horas antes de servirlo.

Chef: Mara Salles. Restaurante Tordesilhas, São Paulo



Mondongo chuquisaqueño

Sucre



- 2 kg de carne de cerdo, de preferencia costilla
- 10 vainas de ají colorado
- 8 papas peladas de característica harinosa
- ½ kg maíz pelado (remojado)
- Manteca o aceite
- 1 pizca de comino
- 1 pizca de pimienta
- Tres dientes de ajo
- Hierba buena
- 1 cuchara de cúrcuma o palillo
- ½ kg de cuero de cerdo cocido
- Sal, lo necesario

Preparado del ají

1. Quitar las semillas de las vainas y remojarlas en agua hervida, retirar la piel, y realizar cortes pequeños para luego triturar con un poco de agua en una licuadora hasta formar una pasta.
2. Picar el ajo en cortes muy pequeños, calentar dos cucharas de aceite y colocar el ajo, una vez que haya perdido su color inicial agregar el ají en pasta y remover hasta lograr integrar en su totalidad. Posteriormente aumentar agua hervida hasta triplicar la cantidad de ají, mismo que debe cocinarse por aproximadamente 3 horas, agregar el comino, pimienta y sal removiendo continuamente para evitar que se queme o adhiera a la olla.

Maíz pelado

3. Hervir el maíz pelado con abundante agua por aproximadamente cuatro horas en cocción normal y una hora y media en olla a presión, a la mitad del cocinado agregar el cuerillo de cerdo sin grasa en cortes pequeños.
4. Quince minutos antes de terminar la cocción, agregar una pizca de ajo en polvo, sal y cúrcuma o palillo.

5. Con un procesador, triturar un poco del maíz para espesar el preparado.

Carne de cerdo

6. Realizar cortes medianos de la carne de cerdo, remojar en salmuera por aproximadamente una hora, quitar el exceso de agua y condimentar con sal, ajo, pimienta, comino y hierba buena, dejar reposar por media hora.
7. En una cacerola, colocar la carne con un poco de agua y dejar cocinar hasta que el mismo se dore con la manteca producida por la misma carne.
8. Una vez dorados, sacar la carne y colocar al ají para realizar un hervor de 15 a 20 minutos.
9. Cocinar la papa en agua con una pizca de sal.
10. Servir el plato, comenzando con el mote y las papas. Agregar una porción de carne de cerdo acompañado del ají, finalmente, decorar con una pizca de perejil finamente picado.

Fotografía: Gobierno Autónomo Municipal de Sucre
 Receta: Giovanna Martínez Bravo

Carne asada

Tegucigalpa



- Carne de res o cerdo a la parrilla
- Tortillas de Maíz
- Frijoles Fritos
- Ensalada de Repollo o ensalada verde
- Guacamole (salsa de aguacate con tomates, huevo cocido, cebolla y cilantro)
- Plátanos fritos
- Chimol (mezcla de cuadritos de tomate, cebolla y cilantro)

La carne asada es uno de los platillos icónicos de la gastronomía del Distrito Central. Este manjar es un deleite para los capitalinos, que se reúnen para departir en momentos y fechas especiales, desde fiestas familiares hasta celebraciones deportivas. En la lista se presentan los ingredientes típicos necesarios para preparar una auténtica carne asada hondureña.

© Alcaldía Municipal del Distrito Central

