

La innovación en la formación Gastronómica y su demanda en el sector educativo

Innovation in Gastronomic training and its demand in the educational sector

Paola del Carmen Lara Magaña^a, Omar Guillermo Arriaga Cárdenas^b y Margarita Isabel Islas Villanueva^c

Resumen / Abstract

La innovación en la formación gastronómica ha tenido un crecimiento en cuanto a su demanda en el sector educativo al establecerse como una educación flexible y pertinente para los jóvenes estudiantes y así formar una trayectoria académica y el reconocimiento de nivel internacional al aprovechar todos los beneficios que las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) nos ha brindado después del inicio de la pandemia COVID-19. La gastronomía tiene una amplia historia y se renueva cada día, al descubrir nuevas formas de transformación, donde no sólo se involucran cocineros o chefs, sino ingenieros, administradores, incluso es considerado como un arte pues tiene también un significado. La innovación en el sector gastronómico se da en la educación académica, tendencias de consumo, modelos de negocio, marketing, seguridad, eventos e inclusive en el equipamiento. El presente artículo tiene como fin la revisión y conceptualización del modelo de innovación educacional gastronómico como una herramienta para la formación de estudiantes, se basa en el método cualitativo documental y es analizado por una revisión en literatura especializada, así como con la bibliografía de autores expertos en la materia a nivel nacional e internacional, así mismo aprovechar el cómo los docentes han implementado modelos innovadores para poder transmitir el conocimiento y enfrentarse a las barreras que en la actualidad se han presentado e identificar donde radica el fracaso o el éxito en este fenómeno que llamamos aprendizaje, llevándolo al sector laboral y aprovechar los hallazgos del cómo las empresas cada vez más requieren especialistas en la rama culinaria y gastronómica ya que cada vez la competencia y la globalización

^a La Profesora Lara Magaña tiene el Grado de Doctorado en Ciencias Administrativas, con una Maestría en Administración y un pregrado en Relaciones Internacionales, labora actualmente en el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, CUCEA, de la Universidad de Guadalajara. Profesora Investigadora adscrita al Departamento de Turismo, Cuerpo Académico CA-UDG-1227. Orcid iD <https://orcid.org/0000-0001-9809-716X>. Correo electrónico: paolalm@cucea.udg.mx

^b El Profesor Arriaga Cárdenas tiene el Grado de Doctor en Ciencias de la Administración, con Maestría en Administración de Negocios y pregrado de abogacía, labora actualmente como Profesor Investigador adscrito al Departamento de Administración. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores, SNII, candidato. Tiene responsabilidad académica en el Programa de Doctorado en Innovación y Sostenibilidad en los Negocios. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Orcid iD <https://orcid.org/0000-0003-2603-4690>. Correo electrónico: omar_arriaga@cucea.udg.mx

^c La Profesora Islas Villanueva es candidata al Doctorado en Cooperación y Bienestar Social por la Universidad de Oviedo, tiene también un Doctorado en Educación por el Centro Universitario de Posgrados de Occidente. Maestría en Administración y pregrado en Mercadotecnia por la Universidad de Guadalajara. Labora como Profesora Investigadora adscrita al Departamento de Mercadotecnia del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas, CUCEA, de la Universidad de Guadalajara. Cuerpo Académico CA-UDG-1227. Orcid iD, <https://orcid.org/0000-0003-3357-5516>. Correo electrónico: margarita.islas@cucea.udg.mx

conllevar a enfrentarnos a nuevos retos en la adquisición del aprendizaje teórico y práctico, mediante el presente trabajo de investigación se pretende que sirva para futuras investigaciones enfocadas al objeto mismo de estudio.

Palabras clave: Educación, Formación, Gastronomía, Innovación.

Innovation in gastronomic training has had a growth in terms of its demand in the educational sector by establishing itself as a flexible and relevant education for young students and thus form an academic career and international level recognition by taking advantage of all the benefits that the Information and Communication Technologies (ICT) has given us after the beginning of the pandemic COVID-19. Gastronomy has a long history and is renewed every day, discovering new ways of transformation, where not only cooks or chefs are involved, but engineers, administrators, it is even considered an art because it also has a meaning. Innovation in the gastronomic sector occurs in academic education, consumer trends, business models, marketing, security, events and even in equipment. This article aims to review and conceptualize the gastronomic educational innovation model as a tool for the training of students, is based on the qualitative documentary method and is analyzed by a review in specialized literature, as well as with the bibliography of expert authors in the field at national and international level, as well as taking advantage of how teachers have implemented innovative models to transmit knowledge and face the barriers that currently have arisen and identify where lies the failure or success in this phenomenon that we call learning, taking it to the labor sector and taking advantage of the findings of how companies increasingly require specialists in the culinary and gastronomic branch since competition and globalization lead to face new challenges in the acquisition of theoretical and practical learning, through this research work is intended to serve for future research focused on the same object of study.

Keywords: Innovation, gastronomy, education, training.

Introducción

Al hablar de la gastronomía en México se nos viene a la mente un sinnúmero de platillos, tanto que en el 2010 por su gran diversidad fue nombrada como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, pero en realidad no nos preguntamos como se ha desarrollado el aprendizaje de la gastronomía para ofrecer estos manjares en la sociedad mexicana y del mundo, es aquí donde nos damos cuenta de la fuerza que ha tomado la formación académica gastronómica y que cada vez es más demandada para su explotación en la educación superior, aunado a que en los últimos años ha tenido un crecimiento bastante significativo en todas las regiones del mundo.

A partir que la gastronomía mexicana fue reconocida como patrimonio de la humanidad, empezó a tener reconocimiento a nivel internacional, y esto tuvo un impacto sumamente positivo, ya que con esto se comenzó a promover la visita de extranjeros a México y a reafirmar la identidad nacional gastronómica. A pesar de la gran relevancia que ha tomado la gastronomía mexicana se han llevado pocos estudios sobre la misma, se ha reflejado en recetas y en procesos de “innovación” los cuales se refieren a las modificaciones que se han realizado a las recetas tradicionales. La gastronomía es el espejo que la cultura de un país representa, es por eso que se ha generado una pauta para las tendencias gastronómicas.

Las competencias gastronómicas se diferencian en dos grandes rubros según el proyecto Tuning, primero las específicas, que son las que están relacionadas con el conocimiento concreto de cada área temática, y segundo están los atributos compartidos que se convierten en las competencias transversales o generales, y esto da paso a que los empleadores tomen como bases estas segundas

como parte esencial en los graduados, en este contexto, el proyecto tuning considera estas competencias como la fuerza de la comunicación oral y escrita como la sexta fortaleza más importante en la educación superior, en esta caso en la educación gastronómica (Tuning, 2006).

La Organización Mundial del Turismo (OMT), ha establecido que la gastronomía es un conjunto de conocimientos y razonamientos de lo que comemos y cómo lo comemos, así se interrelacionan todas las disciplinas que estudian y generan diversos procesos como son los culturales, socioeconómicos, fisicoquímicos, donde el ser humano cultiva, procesa, distribuye y consume buenos alimentos y bebidas que afectan a su bienestar físico, mental y social (World Tourism Organization y Basque Culinary Center, 2019).

Las exigencias de la sociedad hacia la gastronomía van más allá del saber cocinar como vulgarmente se cree, se enfoca en los conocimientos multidisciplinarios que engloba a la misma dada la complejidad que marca la educación en esta rama, todo esto al considerar que el desarrollo gastronómico se enriquece con la interacción de múltiples disciplinas, incluyendo a las ciencias sociales y exactas, que son elementos fundamentales para el desarrollo y formación de un profesional en la gastronomía, así, nace en un entorno socio-histórico particular sujeto a una dinámica propia en influencias externas (Bugnot, 2016).

Se han presentado retos en la educación gastronómica en la era COVID19 y post pandemia, y esto se ha dado en gran parte en los docentes, quienes han tenido que desarrollar técnicas innovadoras para la impartición de sus clases prácticas, en este caso, los talleres de especialidad hacia los estudiantes, quienes en conjunto aprenderán a convivir y potenciar sus competencias y habilidades y, la institución, que a partir de esta innovación (Martínez, 2020), así mismo, el apoyo de las instituciones educativas a los docentes es fundamental para el desarrollo educativo, ya que las herramientas necesarias para la operación tienen que ir acorde con los desafíos dentro del aula-laboratorio, y esto conlleva a volverse un docente creativo e innovador, y así, se entiende que, la creatividad es una gran ventaja competitiva que se tiene en cuenta para acceder al mercado laboral, por lo que su incorporación y estímulo en la educación resulta muy necesaria de cara a favorecer el éxito profesional (Rojo y Meseguer, 2015).

Uno de los principales objetivos de la educación se centra en la calidad de vida de cada estudiante (Verdugo y Parrilla, 2009), así el aprendizaje se centra no solamente en el aprendizaje o rendimiento académico, sino para el óptimo desarrollo personal, la felicidad y el bienestar integral de individuos y colectivos. (Lissi, et al 2013).

Dada la diversidad gastronómica que se tiene en México, se ha tenido un crecimiento en el desarrollo de especialistas altamente calificados en la gastronomía y esto se ve en la creación de licenciaturas enfocadas a esta rama en los últimos años, aún así, existe la preocupación de que se de un estancamiento entre las instituciones de educación superior y el sector empresarial por la falta de vinculación y oferta de empleos a los estudiantes que egresan de licenciaturas enfocadas a la gastronomía.

En relación con el párrafo anterior se tiene que replantear el cómo se llevará del aula a la práctica formal el uso de los conocimientos gastronómicos en los estudiantes, en donde a partir de los dictámenes de creación de estas licenciaturas se debe de orientar a una práctica vivencial en donde la formación académica se enfoque en un sector en el cual mejore sus expectativas tanto de formación como laboral y así potencializar el aprendizaje adquirido dentro del salón de clases, enfocado

a realizar un diagnóstico en los estudiantes especializados en gastronomía y a lo que se enfrentarán al terminar sus estudios, todo sin dejar de lado un rediseño de la educación gastronómica en las instituciones educativas y así, poder consolidar y posicionar la gastronomía regional y nacional mediante la efectiva selección de estrategias desde un salón de clase.

A partir de marzo del año 2020 la forma de adquirir el conocimiento tuvo un cambio radical, la entrada de la pandemia COVID19 hizo que la educación académica se modificara en su forma de adquirir el conocimiento, adaptarse a la renovación de las metodologías existentes es un reto para todas las instituciones educativas y en tiempos de confinamiento se agudiza más uno en particular: el acceso a la educación superior y los desafíos que enfrenta (Arriaga y Lara, 2023), completar el círculo de la transmisión del conocimiento entre el docente y el alumnado y así formar especialistas de calidad para enfrentarse a los nuevos retos que actualmente la sociedad mundial en el ámbito laboral exige cada vez más.

Marco teórico

El turismo gastronómico ha tenido un crecimiento de forma considerable convirtiéndose en una parte medular, creativa y dinámica en la rama turística, es aquí donde la educación gastronómica se fortalece para ofrecer un aprendizaje de calidad y que de una forma práctica los estudiantes van adquiriendo, y así tomar en cuenta que, educar para la vida es educar para un mundo en el que nada nos es ajeno (Gimeno, 2001), todo para conciliar que la educación gastronómica sirve a una necesidad del ser humano y de la sociedad, es por eso que se tiene que aprovechar todas sus áreas de oportunidad y tomar los riesgos culinarios y de aprendizaje que surgen.

Derivado a lo antes mencionado, la competencia laboral es cada vez más exigente en el sector gastronómico, y esto obliga a las Instituciones de Educación Superior (IES) a preparar a sus estudiantes académicamente de acuerdo a la demanda social que se requiere, la cual considera como principales factores de competitividad la diversificación cultural, económica y social, orientada a la formación de nuevas y mejoradas capacidades en el alumnado, las IES han tenido que consolidar nuevos modelos educativos innovadores para la preparación no sólo académica si no práctica dentro y fuera de las aulas de clase para poder adquirir nuevas formas de desarrollo del aprendizaje adquirido.

La gastronomía es parte del sector de servicios, el cual es ubicado en el sector terciario en México, misma que se relaciona con los servicios, el comercio y las comunicaciones y el transporte, siendo este sector la parte límite dentro de la cadena económica de un país, comercializando todos los servicios y/o productos a través de ellos sin dejar de lado los sectores primarios y secundarios que es donde inicia toda la estructura económica nacional.

La Secretaría de Turismo (SECTUR) ha trabajado para el fortalecimiento de la gastronomía en México, y trabaja en programas que la fortalezcan como lo es el programa de “Rutas Gastronómicas de México”¹, donde se busca principalmente potencializar la gastronomía mexicana y turística de México, convirtiéndola en un atractivo único e innovador, y esto conlleva a la apertura

¹ Abarcan 18 rutas, 155 destinos en 32 entidades del país, 31 pueblos mágicos 9 ciudades de patrimonio de la humanidad, 14 sitios naturales y culturales, 25 etnias y más de 1,500 platillos y bebidas típicas de los rincones del país

de nuevos establecimientos gastronómicos, y obliga a contar con el personal altamente calificado y especializado en cuanto a la administración y operación se refiere, volviéndose una cadena de enseñanza entre las IES y el sector laboral para la formación de los especialistas en gastronomía.

El sector gastronómico se ha posicionado debido a los grandes beneficios que aporta la industria gastronómica nacional ya que generan valor de 183,00 mdp en México, además que incide sobre más de 80 ramas de la economía, ya que genera 1.7 millones de empleos directos y 3.8 millones de empleos indirectos, así como 285,000 millones de pesos en el rubro de la comercialización, y a ella se destina un 30% del gasto de los turistas internacionales. Además, los cerca de 500,000 restaurantes del país contribuyen a generar una riqueza equivalente a 2% del Producto Interno Bruto (SECTUR, 2016). Pero eso no es todo, en el ámbito educativo, 354 instituciones imparten gastronomía en nivel superior y posgrado a 53 412 alumnos (López Ojeda, 2015).

Esta coyuntura ha propiciado que la gastronomía se haya constituido en un asunto de política pública al punto de que el gobierno federal comenzó a implementar, desde agosto de 2015, la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional (PFGN), mediante la cual se pretende elevar la productividad del sector gastronómico en beneficio de los actores involucrados: productores, cocineros, emprendedores, así como de regiones y destinos de tradición, riqueza y diversidad gastronómica; es decir, de los diferentes eslabones y agentes que configuran la cadena de valor. Cabe señalar que la implementación de la PFGN ha quedado a cargo de la Secretaría de Turismo, lo cual se puede interpretar, en la agenda pública, como una prioridad el binomio turismo-gastronomía.

Así como parte de una agenda pública, el Turismo a desarrollado un vínculo estrecho con la gastronomía, el cual, permite que la identidad cultural que se desarrolla en determinado sector geográfico permita mezclar la gastronomía y el turismo de la cultura local como una simbiosis perfecta y así, el crecimiento económico juegue un papel importante en el crecimiento de la zona, en donde no solamente se da el desarrollo económico de determinadas áreas, basado en el concepto de desarrollo sostenible (López-Guzmán y Jesús, 2011), es por eso que entrar a la industria gastronómica, es un panorama muy alentador, pero como suele suceder con muchos giros de negocios surgen nuevos productos y/o servicios que se sobre ofrecen es decir, encontramos estos productos en cada esquina y eso suele conducir a una saturación del mercado, además de pérdida de competitividad.

Debido a la alta competitividad que existe en el mercado de alimentos y bebidas es que debemos recurrir a otros métodos para posicionar nuestros productos y/o servicios, por este motivo surge una palabra de moda “la innovación”, que es considerada como uno de los factores básicos de desarrollo en los países avanzados. “La innovación no consiste únicamente en la incorporación de tecnología, sino que ha de ir más allá, debe ayudar a prever las necesidades de los mercados y a detectar los nuevos productos, procesos y servicios de mayor calidad, generando nuevas prestaciones con el menor coste posible” (CEIM, 1992, p.11).

La innovación hace necesaria la reacción ante los cambios que impone el mercado globalizado y considera las dimensiones que la actividad gastronómica ha alcanzado en la sociedad mundial como una disciplina, así, el especialista en gastronomía se ocupa de todos los procesos de la administración, de operación y de producción en los servicios culinarios y alimenticios aprovechando todos los recursos que la cultura local, regional y nacional brinda.

Método

En el presente trabajo de investigación se utilizó el método cualitativo documental, así, la información plasmada ha sido resultado de la indagación de bibliografía nacional e internacional de expertos en la materia y con base a eso obtener una cimentación científica acerca del tema tratado, realizado por medio del análisis y la obtención de documentos y referencias que han servido para el desarrollo de este estudio detallado, selectivo y crítico en la que contiene información esencial de una perspectiva (Guirao, 2015).

Para el desarrollo del tema estudiado se planteó su estructuración de la siguiente forma: Determinación del tema, realización de un plan de trabajo a efectuar, exploración e identificación de bibliografía, recopilación de documentos referenciales, estudio y análisis, resumen de información y redacción y realización del artículo (Cué et al., 2008).

Resultados

En México se encuentra un poco más de 200 escuelas dedicadas a la gastronomía, tanto públicas como privadas (aproximadamente el 90% son privadas), enfocadas ya sea en diplomados, nivel técnico, licenciatura o inclusive posgrados, en la tabla 1 se puede observar las mejores escuelas en gastronomía en México, las cuales tienen un reconocimiento mundial.

Tabla 1
Principales escuelas de Gastronomía en México

Mejores escuelas de Gastronomía en México
1. Universidad Anáhuac
2. Escuela de Gastronomía Mexicana
3. Instituto culinario México
4. Colegio Superior de Gastronomía
5. Universidad El Claustro de Sor Juana
6. Universidad Autónoma del Estado de México
7. Centro Culinario Ambrosía
8. Universidad Tecmilenio
9. Universidad Villa Rica
10. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
11. Benemérito Instituto Campechano
12. Universidad Autónoma del Estado de Baja California
13. Universidad Autónoma de Sinaloa
14. Universidad del Caribe
15. Benemérita Universidad de Guadalajara

Fuente: investigación directa.

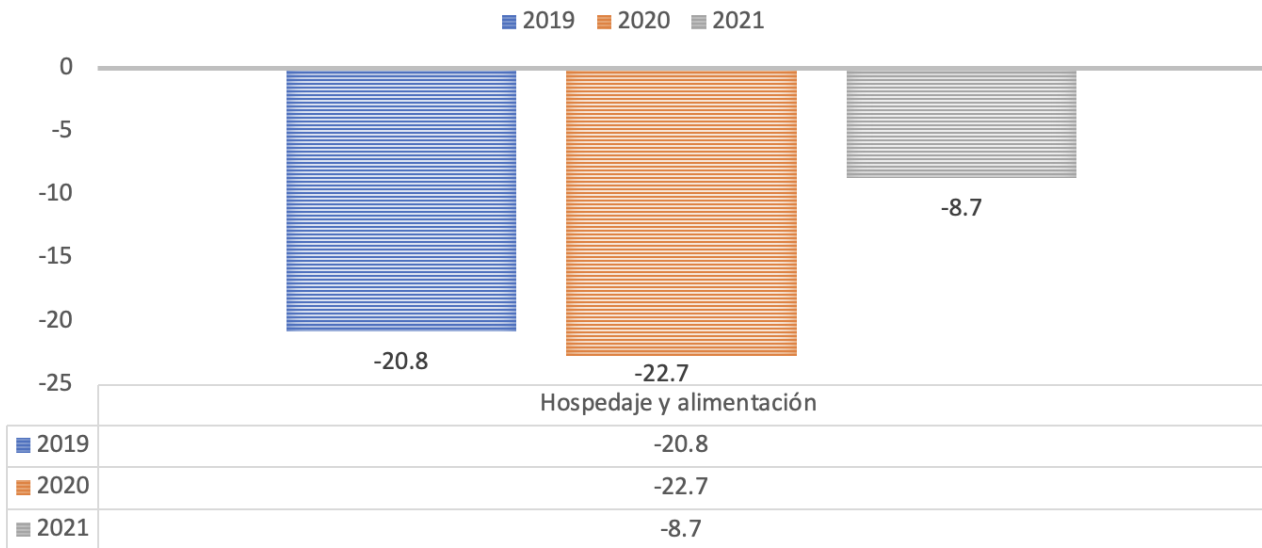
Las Instituciones educativas que ofrecen estudios referentes a gastronomía han creado conciencia en cuanto al perfil de egreso en los estudiantes, y esto fomenta una necesidad en la innovación de los servicios en gestión y de creatividad para la difusión de la cultura gastronómica, y lleva a formar profesionistas que se adecuen a la competitividad empresarial y que cuenten con los más altos estándares de calidad para poder desarrollarse en el ámbito laboral, esto con una actitud de ética y de servicio en una forma consciente y llena de valores que responden a una responsabilidad social, aplicando herramientas administrativas para el manejo de los establecimientos gastronómicos.

Van Hoof et al. (2014) menciona en un estudio referente a las habilidades que los estudiantes en gastronomía deben de adquirir en su formación académica hacen el señalamiento de la importancia que las finanzas, el recurso humano, desarrollo de expresión oral y escrita y valores como la ética, así mismo en este estudio se encontró la tendencia a que los estudiantes que han basado su aprendizaje en conjunto con la práctica, tienen mayores posibilidades laborales ya que los empleadores se inclinan a favor de este desarrollo profesional basado en la práctica.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el 11 de marzo del 2020 que el brote del coronavirus Covid-19 se convertía en una pandemia global (Cucinotta & Vanelli, 2020), así todos los sectores de la sociedad han tenido que atravesar muchos retos a partir de esta pandemia, convirtiéndose en la prueba más grande por la que la humanidad ha pasado, aunado a esto, el confinamiento, el paro de actividades y el cierre forzoso de muchos establecimientos de diversos gremios se ha sido parte de la vida cotidiana de la sociedad, y esto conllevó a la implementación de nuevas estrategias empresariales, y así, el mundo de los negocios a nivel global ha experimentado todo tipo de cambios, desde operacionales hasta organizacionales (Morales, A., 2021), con base a esto, la competitividad de un país se logra mediante un trabajo colaborativo entre los diferentes sectores del mismo (Arriaga et al., 2022).

La educación superior y el sector gastronómico y turístico han sido los que más resintieron el impacto del cierre de actividades, la primera en cuestión de pocos días tuvo el cierre de instalaciones y la suspensión de actividades en niveles nunca antes vistos, alcanzando a la mayor parte de la comunidad académica, llegando a 23,4 millones de estudiantes y 1.4 millones de profesores en Latino América y el Caribe (UNESCO/IESALC, 2020), y esto a su vez generó incertidumbre tanto en el docente como en el alumnado sobre como sería la adquisición del conocimiento y si en verdad estarían lo suficientemente preparados al momento de egresar de sus respectivas licenciaturas y enfrentarse al campo laboral que cada día se vuelve más competitivo; hablando del sector gastronómico y turístico, fue de los sectores más afectados ya que debido a esta pandemia covid19, las medidas sanitarias que se utilizaron como medios de contención fueron entre otras la cancelación de actividades tanto gastronómicas como turísticas, todos los sectores han tenido que trabajar en conjunto, entre ellos las instituciones de educación superior, han tenido que innovar para adaptarse a las nuevas necesidades tanto del mercado como de la sociedad (Arriaga y Lara, 2023), tal y como lo vemos en la figura 1 y su impacto de forma negativa en la ocupación de los sectores, se hace mención que los datos que se tomaron para la elaboración de la siguiente figura son los oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Figura 1
Impacto de ocupación restaurantera y turística a causa de la pandemia covid19



Nota: Incluye servicios de alojamiento, transportes, comunicaciones, correo y almacenamiento.

El sector gastronómico y restaurantera actual requiere un enfoque visionario. Tras la situación provocada por el COVID-19, este ha sufrido un punto de quiebre y se ha tenido que adaptar a las circunstancias que vivimos. Así entendiendo el concepto de innovación como parte del desarrollo económico, basado en la definición del economista austro-norteamericano Joseph Schumpeter el primero en identificar a la innovación como el motor del cambio económico (Veiga, 2001).

El sector turístico y gastronómico fue de los más afectados con la aparición de la pandemia, cancelando viajes turísticos, y esto generó una caída en la movilización, sobre todo en los estados donde se tiene mayor concentración en México en este ramo como son: Quintana Roo, Baja California Sur, Nayarit, Colima y Guerrero, que son entidades con gran atractivo turístico de playas (Salas, et al. 2020).

Enfocar los negocios a la innovación suena bastante atractivo aunque un tanto confuso, ahora si agregamos la parte gastronómica puede llegar a ser una revuelta de ideas sin un hilo conductor y llegar a proponer cuestiones como “pozole gourmet”. La variación y novedad en los platillos no es una condición suficiente sino que el valor de esta novedad debe contar con la aprobación del cliente (los comensales), para entonces crear una tendencia que deberá ser duradera para que pueda ser rentable.

“Las tendencias son un muestrario de lo último en moda gastronómica, nuevos insumos, técnicas” (Vejlgaard, 2008), para ponerla a prueba los cocineros pueden producir series cortas de las nuevas propuestas, dándolas a conocer a ciertos grupos, analizan si serán para la demás población y al comprobarlo las ponen en venta y se define el rumbo de los nuevos platillos y conceptos gastronómicos.

Innovar en diferentes sentidos significa riesgo, recorrer caminos que no se habían tomado y a veces hacer un nuevo camino, que sí funciona, lo más seguro es que otros lo replicarán y mejorarán, así, innovar entonces es idear circunstancias pro-positivas que den respuestas a problemas existentes.

Debido a los procesos de innovación que hemos visto, surgen infinidad de negocios con conceptos e ideas variadas, aunque no todos han terminado con éxito, se han presentado algunos como son: cocina de autor, mercados orgánicos, restaurantes petfriendly, food trucks, starbucks, comida gourmet, entre otros. Pero ¿cuál ha sido la clave para mantenerse o fracasar en el mercado?, ¿qué es lo que los hace tan exitosos?

Uno de los casos más analizados por su posicionamiento a nivel internacional es el de “Starbucks”, que se ha convertido en una compañía líder en la venta de café preparado que aunque el café no es considerado como de la mejor calidad, el cliente puede estar en un ambiente cómodo y agradable y a su vez se ha convertido en todo un concepto de negocios conocido como “Experiencia Starbucks” (Michelli, 2007). La decoración de lugar, los aromas, la música, entre otros, por lo que crean un escenario de comodidad dirigido a escuchar al cliente y satisfacerlo mediante la innovación.

De acuerdo con la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA, 2013), la demanda y el interés por los alimentos orgánicos en México ha aumentado. Muestra de ello es el crecimiento del sector en el periodo de 2011-2021, que pasó de 33 mil 587 productores a 169 mil 570. En el mismo periodo creció la superficie de cultivo de orgánicos de México al pasar de 85 mil 676 hectáreas a 351 mil 904 hectáreas, con ventas que han aumentado 20 % en las tiendas de autoservicio y 10 % en tiendas especializadas.

El fenómeno de la gastronomía ha crecido indudablemente, incluso dándole un enfoque cultural y turístico por regiones, surgiendo los procesos de innovación como el llamado: “turismo gastronómico”, que se inclina cada vez más a procesos de especialización y es una nueva forma de innovar generando nuevos productos turísticos y volviéndolos atractivos para el turista. La gastronomía es una rama de la cultura de un país que permite descubrir usos y costumbres de una región (Rochat, 2001).

Los procesos de innovación que se han implementan en el desarrollo gastronómico para aspirar a la obtención de estrellas Michelin², no incluyen una etapa de análisis de negocios en el desarrollo de productos culinarios; aunado a esto, los procesos que se aplican no ejecutan un sistema integral. Por ello, para tener un entorno de mejora en lo profesional, se debe tomar en consideración la formación académica desde las aulas de clase, creando una sinergia entre las instituciones de educación superior y las exigencias del mercado laboral gastronómico, con el fin de mejorar los programas formativos que se ofertan. Entre las actividades de vinculación universitaria es posible localizar algunas modalidades como la participación en proyectos con orientación al mercado (Arriaga et al. 2022), para así cumplir con la demanda de formación de personal altamente capacitado de forma integral.

2 Se refiere a que tiene una cocina de gran fineza y que compensa hacer un alto en el camino para degustar sus platos, clasificado por el número de estrellas.

Conclusiones

Contamos con una gran riqueza en cuanto al patrimonio gastronómico en México se refiere, por lo que los procesos de mejora siempre van a estar en el ojo del huracán.

Las propuestas curriculares que las Instituciones de Educación Superior han ofertado en el ámbito culinario y gastronómico se han fortalecido conforme el tiempo avanza, diseñando diversas áreas multidisciplinarias para darle al egresado una visión diferente en el ejercicio de sus funciones y se puede observar que los objetivos fundamentales que estas instituciones han propuesto son coherentes en cuanto a su misión y sus perfiles de egreso en los estudiantes, y conlleva a que en realidad existe una claridad sobre lo que el sector empresarial requiere y lo que se transmite en las aulas de clase para la formación de especialistas orientados a la administración, producción y servicio de establecimientos gastronómicos, denotando una pertinencia en los programas académicos para la satisfacción de los diversos sectores, en los que se destaca el sector social y su recurso humano, así, lo antes mencionado se fortalece con la importancia que las instituciones educativas han implementado en el desarrollo de la creatividad por medio de la creación de recursos e impulsando la conciencia creativa dentro de los estudiantes y confiar en su capacidad para la resolución de conflictos y el incremento de sus habilidades cognitivas para formar un pensamiento crítico, diverso, creativo, innovador y así, tener una proyección más amplia en el ámbito laboral y personal.

Existe una gran oportunidad para todas las personas y organizaciones interesadas en innovar, el medio más adecuado es la investigación científica, es momento de hacerla tangible y comunicarla; para dar valor a nuestro proceso de elaboración, servicio y consumo de alimentos y bebidas, y así, la congruencia y pertinencia que el sector social en conjunto con las instituciones de educación superior han generado con la formación de especialistas en gastronomía se refiere, denota la satisfacción en cuanto a la necesidad de formación académica y laboral, es importante mencionar que se debe de contar con una constante innovación en los programas académicos y realizar la actualización de los planes de estudios para fortalecer al aprendizaje adquirido en un salón de clase y avanzar cada vez más en la preparación a los futuros profesionales en gastronomía, la creatividad es considerada como la búsqueda de nuevas soluciones a los problemas, logrando algo novedoso (Díaz Abraham & Justel, 2019).

La innovación es el término de moda y se encuentra en todas las agendas de negocios pero va más allá de solo modificar y/o cambiar una receta. En la industria gastronómica tenemos que tomar como referencias las organizaciones innovadoras, que son competitivas y muchas veces líderes en el mercado, se tiene que revisar no sólo lo que hacen, sino también cómo lo hacen. Estas organizaciones conciben la innovación en los negocios gastronómicos como el medio de adaptación, superación y desarrollo de ventajas y competencias. Pero lo más reconocido en la industria y por todas las personas es el proceso de innovación de los platillos dentro de los restaurantes de alto prestigio.

Innovar entonces es imaginar escenarios propositivos, que den nuevas soluciones a problemas existentes y que pugnen por redefinir la realidad tal como hoy se conoce. Se han buscado acciones para lograr una gastronomía mas sostenible, salvaguardando la producción culinaria de las regiones en México, cuidando especialmente la cadena de valor que viene con la alineación desde las aulas de clase hasta la formación de especialistas gastronómicos.

Referencias

- Arriaga-Cárdenas, O. G., Lara-Magaña, P. del C., y Pasciuta-Marco, P. D. (2022). Public Research Centers, as the central axis of innovation and education in Mexico. *Scientia Et PRAXIS*, 2(04), 66–81. <https://doi.org/10.55965/setp.2.coed.a3>
- Arriaga Cárdenas, O. G., Lara Magaña, P. del C., y Sánchez Gutiérrez, J. (2022). El registro de patentes para la medición de la innovación en las universidades: análisis bibliométrico. *Innovaciones De Negocios*, 19(38), 1–18. <https://doi.org/10.29105/revin19.38-397>
- Arriaga Cárdenas, Omar Guillermo, y Lara Magaña, Paola del Carmen. (2023). La innovación en la educación superior y sus retos a partir del COVID-19. *Revista Educación*, 47(1), 479-494. <https://dx.doi.org/10.15517/revedu.v47i1.51979>
- Bugnot, M. A. (2016). La traducción de la gastronomía: Textos y contextos. *TRANS. Revista de Traductología*, (10), pp. 9-22. DOI: <http://dx.doi.org/10.24310/TRANS.2006.v0i10.1066>
- Cárdenas, O. G. A., y Magaña, P. D. C. L. (2023). La innovación en la educación superior y los Centros Públicos de Investigación: COVID-19. In *Convergencia del conocimiento y la innovación social como factores de desarrollo de los centros públicos de investigación tecnológicos CONACYT en el logro de la incidencia social en México* (pp. 187-206). Tirant Humanidades.
- Confederación Empresarial de Madrid-CEOE (CEIM) (1992). *La innovación: un factor clave para la competitividad de las empresas*, Madrid, Datagrafic, S.L.
- Cucinotta, D., y Vanelli, M. (2020). WHO declares COVID-19 a pandemic. *Acta Bio Medica: Atenei Parmensis*, 91(1), 157.
- Cué, M., Díaz, G., Díaz, A., y Valdéz, M (2008). El artículo de revisión. *Revista Cubana de Salud Pública*, 34(4). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662008000400011
- Diaz Abrahan, V., y Justel, N. (2019). Creatividad. Una revisión descriptiva sobre nuestra capacidad de invención e innovación. *CES Psicología*, 12, 35-49. <https://doi.org/10.21615/cesp.12.3.3>
- Gimeno Sacristán, José et. Al. (2001). *Los retos de la enseñanza pública*. Madrid, España: Ediciones Akal.
- Guirao Goris, Silamani J. Adolf. (2015). Utilidad y tipos de revisión de literatura. *Ene*, 9(2)<https://dx.doi.org/10.4321/S1988-348X2015000200002>
- Hall, C. M., y Sharples, L. (2004). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In *Food tourism around the world* (pp. 1-24). Routledge.
- Lissi, M., Zuzulich, M., Hojas, A., Achiardi, C., Salinas, M., y Vásquez, A. (2013). En el camino hacia la educación superior inclusiva en Chile. *Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile*.
- López-Guzmán, T., y Jesús, M. M. (2011). Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. *Tourism & Management Studies*, 1(1), pp. 929-922.
- López Ojeda, A., Favila Cisneros, H., & Vázquez Valdés, T. (2015). T. Mapeo de la oferta profesional en gastronomía a nivel nacional. *Culinaria Revista Virtual Especializada en Gastronomía* (10), 31-45.
- López Ojeda, A., Camacho, C. P., Hernández, C. G., & López, R. H. (2017). Caracterización de las principales tendencias de la gastronomía mexicana en el marco de nuevos escenarios sociales. *Teoría y Praxis*, (21), 91-113.
- Martínez Litvak, S.A. (2020) Estrategias de enseñanza-aprendizaje inclusivas para docentes de talleres de

- gastronomía orientado a estudiantes con discapacidad auditiva. Universidad del Desarrollo, Facultad de educación.
- Michelli, J. A. (2007). *En la experiencia Starbucks/The Starbucks Experience*. Editorial Norma.
- Morales, A.C. (2021). Impacto organizacional que ha tenido la pandemia COVID-19 sobre las estrategias empresariales de la industria gastronómica y hotelera de Costa Rica de marzo a octubre del 2020.
- Rochat, M. (2001). *Marketing y Gestión de la Restauración*. Ediciones Gestión Barcelona.
- Rojo, A., y Meseguer, P. (2015). Fomentando la creatividad: una propuesta didáctica para el aula de traducción. *Quaderns: Revista de traducció*, (22), 255-271.
- SAGARPA, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. (13 de abril de 2013). Fomenta SAGARPA producción y consumo de alimentos orgánicos en México y el mundo. Recuperado el 10 de agosto de 2018, de <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/fomentan-produccion-y-consumo-de-alimentos-organicos-de-mexico>.
- Salas, C., Quintana, L., Mendoza, M.A., Valdivia, M., Distribución del ingreso laboral y la pobreza en México durante la pandemia de la Covid-19. Escenarios e impactos potenciales. 2020.
- SECTUR, Secretaría de Turismo de México. (26 de mayo de 2016). Recuperado el 10 de agosto de 2018, de <https://www.gob.mx/sectur/prensa/genera-industria-gastronomica-183-mmdp-sectur?idiom=es>
- Tuning Project. Comisión Europea. (2006). Tuning Educational Structures in Europe. La contribución de las universidades al proceso de Bolonia. Disponible en: http://www.unideusto.org/tuningeu/images/stories/documents/General_Brochure_Spanish_version.pdf
- Tuning, P. (2006). Una introducción a Tuning Educational Structures in Europe. La contribución de las universidades al proceso de Bolonia. *España: Publicaciones de la Universidad de Deusto*.
- Van Hoof, H.B.; Cueva, A.; Estrella, M.; Torres, L. y Eljuri, M.I. (2014). Percepciones del sector empresarial sobre la educación de hotelería, gastronomía y turismo en el Ecuador. *Revista de Cultura e Turismo*, 1, 211-238.
- Veiga, L. (2001). Innovación y competitividad. *Revista de Antiguos Alumnos del ieem*, 4(3), 72-87.
- Vejlgaard, H. (2008). Anatomía de una tendencia. *Ciudad de México: Mc Graw Hill*.
- Verdugo, M. Á., & Parrilla, Á. (2009). Presentación. Aportaciones actuales a la educación inclusiva. *Revista de educación*, 349, 15-22.
- UNESCO/IESALC (2020). COVID-19 y educación superior: De los efectos inmediatos al día después: Análisis de impactos, respuestas políticas y recomendaciones. 6 de abril de 2020. http://www.un-cuyo.edu.ar/ciencia_tecnica_y_posgrado/upload/iesalc-covid-19.pdf
- UNWTO y Basque Culinary Center (Eds.). (2019). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284420995>.

Responsabilidades y funciones de los autores del documento.

Dra. Lara Magaña: idea original de la investigación, captación y análisis de información bibliográfica, redacción inicial y final del documento.

Dra. Arriaga Cárdenas: idea original de la investigación, captación y análisis de información, bibliográfica, redacción inicial y final del documento.

Dra. Islas Villanueva: idea original de la investigación, captación y análisis de información, redacción inicial y final del documento.