

CAMBIOS E INNOVACIONES EN EL QUEHACER GASTRONÓMICO DESDE UNA PERSPECTIVA ACADÉMICA

M. en A. Mónica del Valle Pérez;

collegeacademy@hotmail.com;

Universidad Autónoma del Estado de México

M.C.T y E. Gloria Georgina Icaza Castro;

gloriaicaza2003@yahoo.com.mx;

Universidad Autónoma del Estado de México

Dra. en E.T Arlén Sánchez Valdés;

arlesska@yahoo.mx;

Universidad Autónoma del Estado de México

RESUMEN

El desarrollo del campo gastronómico ha adquirido relevancia, como lo demuestra el aumento del turismo gastronómico y el interés global por la gastronomía mexicana - respaldado por el reconocimiento de la cocina tradicional michoacana como patrimonio mundial intangible por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)-, igualmente los negocios de alimentos y bebidas en el país ocupan un lugar importante en términos de generación de ingresos y empleo.

Actualmente el proyecto de Nación 2018-2024 contempla como uno de los ejes temáticos al turismo y la gastronomía como una nueva visión del país y presenta proyectos y propuestas en materia económica, política, social y educativa que tienen por objeto generar políticas públicas que permitan romper la inercia de bajo crecimiento económico.

El objetivo de esta investigación fue incluir la importancia de la innovación académica en un posgrado para el rescate, transmisión y conservación de saberes asociados a la gastronomía tradicional mexicana, en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEMéx.

La investigación cualitativa y cuantitativa fueron consideradas para este trabajo es así que se estructuró una encuesta aplicada a una muestra de conveniencia en la que participaron 150 estudiantes de carreras vinculadas con el campo de la gastronomía de diferentes instituciones del Valle de Toluca, para conocer el interés en realizar estudios de posgrado así como las líneas temáticas relevantes que contribuyan a delinear el contenido de un programa de tal

nivel, a fin de corroborar la información antes obtenida y profundizar en la discusión del objeto de esta investigación se conformó un grupo de enfoque con expertos para que desde la experiencia personal proporcionarían mayor información, finalmente se realizaron entrevistas a profundidad con empleadores del ramo lo que permitió concluir que la creación de un posgrado en materia gastronómica permitirá que se puedan emplear nuevos modelos de negocios innovadores, rescatar y revalorizar los saberes milenarios de nuestros antepasados sin dejar de vincular la innovación en la gastronomía tradicional mexicana.

Palabras clave: Innovación académica, gastronomía, negocios, posgrado.

ABSTRACT

The development of the gastronomic field has become relevant, as evidenced by the increase in gastronomic tourism and the global interest in Mexican gastronomy - backed by the recognition of traditional Michoacán cuisine as an intangible world heritage by the United Nations Organization for the Education, Science and Culture (UNESCO) -, the food and beverage businesses in the country also occupy an important place in terms of income generation and employment.

Currently, the 2018-2024 Nation project considers tourism and gastronomy as one of the thematic axes as a new vision of the country and presents projects and proposals in economic, political, social and educational matters that aim to generate public policies that allow breaking the inertia of low economic growth.

The objective of this research was to include the importance of academic innovation in a postgraduate program for the rescue, transmission and conservation of knowledge associated with traditional Mexican gastronomy, at the UAEMéx School of Tourism and Gastronomy.

The qualitative and quantitative research were considered for this work, so a survey applied to a convenience sample was structured in which 150 students from careers related to the field of gastronomy from different institutions in the Toluca Valley participated, to find out the interest in carrying out postgraduate studies as well as the relevant thematic lines that contribute to delineating the content of a program of this level, in order to corroborate the information previously obtained and deepen the discussion of the object of this research, a focus group was formed with experts So that from personal experience they will provide more information, in-depth interviews were finally carried out with employers in the field, which led to the conclusion that the creation of a postgraduate degree in gastronomy will

allow new innovative business models to be used, rescue and revalue ancient knowledge. Of our other ancestors while continuing to link innovation in traditional Mexican gastronomy.

Keywords: Academic innovation, gastronomy, business, postgraduate.

INTRODUCCIÓN

Los programas de formación pública en el campo de la gastronomía son relativamente recientes y la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx) hasta el año 2000, era la única institución que ofrecía una licenciatura de ese tipo a través de la Facultad de Turismo y Gastronomía, constituyendo una opción frente al predominio de la oferta educativa del sector privado. De ese año, a la fecha, el desarrollo del campo gastronómico ha venido adquiriendo relevancia, como lo demuestra el aumento del turismo gastronómico y el interés global por la gastronomía mexicana -respaldado por el reconocimiento de la cocina tradicional michoacana como patrimonio mundial intangible por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)-, igualmente las actividades que generaron mayor aportación a los puestos de trabajo fueron los restaurantes, bares y centros nocturnos con una participación del 28.9%, subsector que había aportado 3.5% al PIB Nacional y en 2018 el Producto Interno Bruto Turístico (PIBT) a precios básicos representó 8.7% (Sistema de cuentas Nacionales de México, 2018).

Es prioritario conciliar la oferta educativa con las necesidades sociales y los requerimientos del sector productivo pero además una mayor articulación entre los diversos sectores: educativo, productivo y social que permita cerrar la tradicional brecha entre oferta y demanda formativa, así como entre perfiles profesionales y necesidades del mercado laboral. Por ello, se plantea el panorama de la formación que incluya la adquisición de nuevas técnicas disciplinarias, herramientas de gestión para los nuevos negocios, conocimientos para la creación de servicios y productos con alto componente creativo, ampliación del bagaje cultural gastronómico, y sobre todo, en la perspectiva de aprovechamiento de las tendencias turísticas en donde la gastronomía tradicional está consiguiendo colocarse como un atractivo en sí misma.

METODOLOGÍA

Después de realizar una búsqueda documental se encontró que existe una escasa oferta educativa para los interesados en el conocimiento gastronómico a nivel de posgrado en instituciones ya sean privadas o públicas, sin registro en el Programa Nacional de Programas de Calidad (PNPC). De dicha oferta, los principales programas son ofrecidos por instituciones particulares que se centran en la administración de establecimientos de alimentos y bebidas. Todo lo anterior, subraya la necesidad de contar con alternativas de formación en profesionalización gastronómica desde otras vertientes que resalten la cultura alimentaria y su vínculo con el turismo.

Es así que para la realización de esta investigación se decidió considerar la investigación mixta en la que la estructura de un cuestionario con 13 preguntas aplicado en una muestra de conveniencia a 150 egresados, donde el 70% del total de la muestra responde que sí está dispuesto a estudiar una maestría en gastronomía, en tanto que un 30% no está interesado.

Por otra parte se obtuvieron datos sobre la modalidad de posgrado que les interesa cursar, los resultados para una maestría de investigación o profesionalizante son presentados de la siguiente manera; se observó que 55% está interesado en un posgrado profesionalizante, en tanto que un 45% muestra interés por uno en investigación; los resultados evidencian que los alumnos se orientan por una formación que les permita complementar su actividad profesional para insertarse al mundo laboral.

Otra de las variables abordadas en el análisis fue el tiempo que invertirán en cursar el posgrado. Los resultados indican que 50% de los encuestados están interesados en estudiar un posgrado con una duración de dos años, mientras que los de un año están representados por un 30%, finalmente el 20% lo presentan aquellos que sólo desean realizar sus estudios en seis meses. Respecto a los días de la semana para estudiarlo, 52% prefiere hacer de jueves a sábado, y 48% entre semana.

En relación a las modalidades para cursar la maestría en gastronomía los resultados fueron los siguientes; 40.37% eligieron la opción presencial, 33.46% la modalidad semi presencial y finalmente, 26.17% la opción a distancia, lo cual indica que la preferencia es la de estudiar la maestría de manera presencial.

Por otra parte, la información sobre cuanto estarían dispuestos a pagar por un ciclo lectivo de la maestría, los resultados se presentan de la siguiente manera: 24% de los encuestados respondió que está dispuesto a pagar entre 1,000 a 3,500 pesos, mientras que otro porcentaje

igual puede pagar entre 3,501 a 6,500 pesos, seguido de un 26% que se ubica entre los 6,501 a 10,000 pesos, y finalmente otro 26% está dispuesto a pagar más de 10,000 pesos por periodo escolar, la preferencia de pagar por uno y otro rango, va en función en que dicho pago es por semestre y no por mensualidad como lo harían en un colegio particular, de lo cual se desprende la oportunidad de tener una maestría en gastronomía con costos y recurso menores que en otras instituciones.

Las líneas de conocimiento, que arrojaron los resultados de esta encuesta se distribuyen de la siguiente manera: 11.8% mostró interés por Nuevas Tendencias en la Gastronomía y el Turismo; 11% por Cultura y Patrimonio Gastronómico y, 10.7% y 10.6% por Evaluación Sensorial de Alimentos y Bebidas, así como Administración y mercadotecnia respectivamente. Estos resultados, permiten observar el interés por la innovación, la gestión tecnológica, y la evaluación sensorial, ya que en los últimos años la industria gastronómica ha crecido en forma sostenida, lanzando al mercado nuevas tendencias y combinaciones de sabores.

A fin de conocer más y propiciar espacios de discusión y reflexión como parte de la investigación cualitativa se decidió conformar un grupo de enfoque o *focus group* entre las inquietudes de los participantes, se mencionó el poder realizar una maestría enfocada a la innovación, ciencia de los alimentos y biotecnología; desarrollar proyectos de consultoría y gestión; incrementar las habilidades de liderazgo, trabajo en equipo y desarrollo personal; adquirir conocimientos sobre planes de negocio; diseño de imagen y comercialización de productos gastronómicos, gastronomía saludable y nuevas tecnologías aplicadas a la gastronomía.

Las entrevistas realizadas a 10 empleadores proporcionaron información valiosa sobre el perfil requerido destacando la disposición de la contratación, siempre y cuando el egresado cuente con conocimientos de planeación, organización, dirección en el área de alimentos y bebidas, pero además, que su preparación sea integral, es decir, que le permita tomar decisiones, ser proactivo y solucionar problemas específicos.

DESARROLLO DEL TEMA

Análisis de las tendencias en gastronomía: oportunidades, desafíos y nuevas problemáticas.

Desde algunos años, el campo de la gastronomía se ha consolidado como una temática de interés debido a diversas razones: porque propicia formas de identificación y relación social (la comida de familia, la comida con los amigos); elementos de identidad y distinción cultural (la comida indígena, la comida de fiesta, la cocina mexicana, la comida gourmet), así como toda una “economía del gusto” reflejada en el sector de la restauración y la industria alimenticia. Igualmente, la alimentación generalmente ha constituido un tema de política pública reflejado en la preocupación del Estado por atender problemas de desnutrición y hambre que amplios sectores de la población padecen todavía en México; así como mejorar las prácticas, consumos y hábitos alimenticios de las personas, como se puede apreciar en el caso de la llamada Cruzada Nacional contra el Hambre a través del Programa Nacional México Sin Hambre (PNMsH, 2014) o, para el caso del Distrito Federal, del programa SALUDARTE que vincula salud nutricional, arte y educación, y cuyo objetivo es el siguiente:

Busca que los niños y las niñas tomen conciencia de la importancia de comer sanamente a través de la formación en nutrición (Taller de nutrición), donde se incluyan a sus madres y padres (pláticas y demostraciones pedagógicas), con el respaldo de una asistencia alimentaria integral, para desarrollar habilidades en las y los niños que les permitan distinguir las características de una alimentación saludable (Saludarte, 2015).

Por lo mismo, resulta sumamente importante la “Política de Fomento a la Gastronomía Nacional (2015)”, publicada en el *Diario Oficial de la Federación*, la cual se puede leer como el reconocimiento a un campo creativo de los más significativos en este momento, no sólo por su incidencia en términos de empleo, producción, cultural y turístico, sino sobre todo, como un eje de desarrollo.

Al respecto, dicha política se propone generar programas y acciones encaminadas a fortalecer la cadena de valor de la gastronomía, considerando diferentes dimensiones tales como fomentar el desarrollo económico de las diferentes gastronomías del país, el uso sustentable de los recursos gastronómicos, fortalecimiento de la dieta y el sistema alimentario mexicano, proyección de la gastronomía a nivel nacional e internacional y desarrollo del conocimiento e innovación del sector, lo cual implicará para el caso de la formación y capacitación lo siguiente:

- Desarrollar redes de conocimiento especializado en temas de gastronomía mexicana

- Impulsar la investigación, innovación y transferencia tecnológica que contribuyan al desarrollo productivo de la gastronomía mexicana
- Impulsar la innovación y creatividad en la generación de nuevos productos y platillos que engrandezcan la cocina tradicional mexicana
- Asegurar la inclusión de temas tales como calidad en el servicio, inocuidad de los alimentos y gestión empresarial en escuelas gastronómicas.
- Crear incentivos para el estudio y la innovación gastronómica en los centros de estudio nacionales y locales (PFGM, 2015: 14)

Es relevante destacar que dicha política es operada por la Secretaría de Turismo, la cual dimensiona sobremanera la importancia del campo gastronómico pues, si bien, por lo regular ha ocupado un lugar secundario en relación con la diversidad, exuberancia y parafernalia de productos turísticos que se le ofrece al visitante, actualmente se ha consolidado como un atractivo capaz de motivar los viajes de las personas; en este sentido, existen varios casos de éxito en España (Sayadi, 2001; Calvo, 2011; Ruiz, 2012) que demuestran la importancia de la gastronomía turística o el agroturismo.

¿A qué responde esta presencia de la gastronomía que ha generado un campo de conocimiento importante para diversas disciplinas (medicina, nutrición, economía, administración, antropología, sociología, entre otras), sectores sociales, económicos e institucionales (organizaciones, ciudadanas, educativas, gubernamentales, empresariales), así como para el ciudadano promedio, sobre todo en su papel de consumidor de la oferta que se le presenta?

La importancia de lo gastronómico está vinculado con el llamado proceso de globalización que ha impactado en diversos niveles y dimensiones, así como, en la forma en que se delinea y desarrolla dicho fenómeno. Si bien lo que caracteriza a la globalización es el salto cualitativo en la dimensión económica y política en donde se ha tendido a una mayor articulación entre países a través de la integración de mercados (Mercado Común Europeo, Mercado Común del Sur), la aceleración de los intercambios de mercancías y bienes (Tratados de Libre Comercio de América del Norte), así como del sistema financiero internacional y la aparición de entidades supranacionales (Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial), con una influencia cada vez mayor, se pueden identificar otros procesos

que inciden directamente en la forma en que se configuran diversas y actuales tendencias gastronómicas las cuales se analizarán en los siguientes apartados.

Pertinencia social, estudios universitarios y marco económico determinante para el campo profesional de la gastronomía.

En el contexto nacional, el concepto de pertinencia social en el plano educativo fue incorporado por primera vez dentro del Plan de Desarrollo 1995-2000, el cual lo ubicaba a nivel de indicadores de equidad y calidad, promoviendo así la evaluación externa y la acreditación de programas de alto nivel competitivo (SEP, 1995).

La pertinencia en educación superior se considera primordialmente en función de su cometido y su puesto en la sociedad, de sus funciones en la enseñanza, la investigación y los servicios conexos, y sus nexos con el mundo del trabajo en sentido amplio, con el estado y la financiación pública y sus interacciones con otros niveles de y formas de educación” (UNESCO, 1988: 19).

Por ello la pertinencia social representa para la universidad un elevado grado de compromiso e involucramiento de la comunidad científica y académica con una perspectiva en torno a la sociedad dentro de un mundo tanto neoliberal como globalizado. De tal modo que en México, la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) considera que la “pertinencia social” constituye un factor fundamental a partir de la cual se reconoce el nexo indisoluble de la misión en las IES con las necesidades y expectativas de la sociedad. Por ello, la pertinencia social soporta el proyecto académico y define la orientación de las funciones sustantivas (ANUIES, 2007). Así, la educación superior y los estudios avanzados se ubican frente a un reto fundamental, es decir, se está apostando a la educación de calidad como el vehículo para el desarrollo social, cultural y económico de la nación.

En el proceso de modernización en México, se reconoce la importancia de elevar los niveles de productividad en todos los sectores, por lo que es de suma importancia avanzar en el diseño de herramientas e instrumentos que permitan un conocimiento más preciso de la productividad y el crecimiento económico, al igual que su evolución. Sin embargo, el indicador de crecimiento económico no describe completamente los factores que fomentan el crecimiento de manera adecuada.

Las actividades del sector terciario cuentan con una gran cantidad de servicios, entre las actividades más comunes de este sector, se encuentran los servicios profesionales, los

turísticos y los financieros. En el Estado de México, el sector turístico y empresarial de alimentos y bebidas también representa una fuente de ingreso económico y laboral importante (68.9% de la fuerza laboral). Por tal motivo en las propuesta de desarrollo se tiene como objetivos posicionar al turismo con estrategias enfocadas a la modalidad de negocios, cultural, deportivo y ecológico así como fortalecer la producción y consumo de productos locales, elaborados y producidos en la entidad con miras al turismo cultural y la valorización de los alimentos como patrimonio gastronómico.

En el plan de desarrollo del Estado de México 2011-2017, se establece que la entidad ocupa el cuarto lugar en establecimientos de alimentos y bebidas, por lo cual un objetivo estratégico es el de mejorar los servicios, así como la conservación y promoción de las gastronomías locales.

Oferta académica en gastronomía.

En relación con la oferta de formación en gastronomía, se tienen contabilizadas más de 200 escuelas, tanto públicas como privadas que ofrecen la carrera a nivel técnico, licenciatura y posgrado (SEP, 2013). En el Distrito Federal y el Estado de México se estima que hay por lo menos 97 instituciones y alrededor del 90 por ciento de ellas son privadas (Muñoz, Tamayo y Hernández, 2012). Para el caso de la educación pública, en el año 2000, sólo la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México era la única que impartía la Licenciatura en Gastronomía pero, para el año 2012, se habían contabilizado 15 escuelas de nivel superior que ofrecían la carrera.

Respecto a los perfiles de los programas de gastronomía, la mayoría de estas universidades se orientan a la administración y la producción de alimentos y bebidas (8 instituciones); producción de alimentos y bebidas y gestión (4 instituciones); desarrollo sustentable y desarrollo de eventos (3 instituciones); innovación (2 instituciones), y el resto, en el aprovechamiento de recursos gastronómicos, calidad, cocina científica, contabilidad, desarrollo gastronómico y turístico, difusión de la cultura gastronómica, finanzas, fortalecimiento del turismo, investigación, nuevas tecnologías, responsabilidad social, servicio de alimentos y bebidas, visión estratégica, innovadora y vocación de servicio (Muñoz, Tamayo y Hernández, 2012). Cabe señalar que, de las instituciones analizadas, sólo tres de ellas se encuentran en el Altiplano Central (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo y la Universidad Autónoma del Estado

de México), lo cual constituye un déficit de acuerdo al número de estudiantes que egresan del nivel medio superior.

Por otra parte, se aprecia que existe un mercado potencial importante para ofertar un posgrado en gastronomía, debido al número de egresados no sólo de esta carrera, sino también, de licenciaturas vinculadas directamente, como en el caso de las licenciaturas en turismo (para este caso, la gastronomía constituye uno de los cinco perfiles de la carrera de turismo de acuerdo al Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística (CONAET), que es el organismo acreditador más reconocido en este campo (<http://www.conaet.net/acreditacion/acreditacion/>). Esta vinculación entre carreras se aprecia en los contenidos de sus planes de estudio donde aparecen unidades de aprendizaje que pueden constituir parte de la formación disciplinaria de un profesionista en gastronomía, por ejemplo: operación de establecimientos de alimentos y bebidas; enseñanza de gastronomías nacionales, locales, regionales e internacionales; servicio de catering, mercadeo de alimentos, enología y vitivinicultura, cultura de bebidas, bases culinarias y elaboración de recetas. Es decir, también se aprecia un mercado laboral potencial para los profesionistas en Gastronomía en el sector educativo superior, lo cual implica una constante formación y actualización.

Cabe señalar que también se han identificado otras carreras que, si bien corresponden a las áreas químico-biológicas o tecnológicas, los egresados pueden constituir un mercado para un posgrado en gastronomía de acuerdo a las necesidades de innovación y nuevas tendencias del campo de la alimentación. Entre las carreras que tienen una relación indirecta con la gastronomía se encuentran las siguientes: Ingeniería Agroindustrial, Química de Alimentos, Ingeniería en Alimentos/Alimentaria las cuales se imparten en las siguientes instituciones: Benemérita Universidad de Guanajuato, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Universidad Veracruzana, Universidad Autónoma de Yucatán); Químico en Alimentos que se oferta en la Universidad de Sonora y la Universidad Autónoma de Zacatecas. Ingeniero Químico en Alimentos que se cursa en la Universidad de Colima y la Universidad Juárez del Estado de Durango; Ingeniería en Alimentos que se cursa en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. La Licenciatura en Ciencia de los Alimentos impartida en la Universidad

de Guadalajara y la Universidad Autónoma de Nuevo León y; la carrera de Industrias Alimenticias que ofrece la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Las prácticas emergentes en la formación superior de la gastronomía a partir del análisis de las tendencias en educación superior y las tendencias del sector.

A manera de conclusiones de este apartado se puede decir lo siguiente:

- a) Se puede hablar de una oferta formativa escasa a nivel de posgrado en gastronomía, debido al número de estudiantes que se encuentran cursando el nivel licenciatura en el área de ciencias sociales, así como también en relación con el número de empleos vinculados con el sector de la restauración.
- b) La mayor parte de la oferta formativa a nivel posgrado se encuentra en la iniciativa privada pero, debido a lo elevado de los costos de la matrícula, sólo un escaso número de personas puede continuar con su especialización y actualización profesional.
- c) No existe un programa de posgrado en gastronomía que sea ofertado por una universidad pública, en el mejor de los casos, sólo se ofrece a nivel de línea de especialización de carreras orientadas al turismo o a la agroindustria.
- d) Las maestrías ofertadas por la iniciativa privada a nivel nacional tienen una mayoritaria orientación a la producción de alimentos y la administración de unidades gastronómicas (restaurantes, bares, hoteles). Sólo existe un caso en el cual la maestría tienen una orientación hacia la gastronomía en su dimensión cultural y patrimonial.
- e) A nivel internacional se aprecia una tendencia hacia la gastronomía patrimonial y turística sin desatender la formación técnico-disciplinaria, así como también, un trabajo en red que les proporciona una orientación práctica o profesionalizante importante.

CONCLUSIONES

En relación con la formación y capacitación, existe un área de oportunidad para ofertar estudios de posgrado, ya que existe una serie de profesionistas vinculados con la gastronomía que han hecho de ésta un campo de estudio (gastrónomos, nutriólogos, periodistas, escritores,

historiadores), demandando mayores conocimientos y actualización formativa; no obstante son escasas las instituciones que proporcionan mayor nivel de estudios que la licenciatura; la mayoría de los programas de posgrado existentes en gastronomía los imparten instituciones privadas con matrículas costosas y orientadas a los aspectos técnico-administrativos.

Hay que enfatizar además, que la ANUIES establece que en México sólo existen dos programas de nivel maestría enfocados a la gastronomía mexicana impartidos en instituciones privadas (Culinary Art School de Baja California Norte y la Universidad del Valle de Puebla). Lo anterior es relevante porque la zona centro del país aporta la mayor cantidad de egresados de las áreas vinculadas con la gastronomía, y casi la mitad de escuelas que prepara profesionistas en este campo y constituye el mayor mercado para su desarrollo (negocios, consumo, demanda, turismo); es decir, un área de oportunidad idónea para ofertar programas que apunten a la formación de recursos humanos más calificados. De otra forma: no existe una institución pública de nivel superior que proporcione un posgrado de gastronomía que dé respuesta a las demandas actuales del mercado gastronómico y para jóvenes que no pueden pagar las altas colegiaturas de las escuelas privadas.

El aporte que tiene una formación de posgrado es coincidente con las expectativas de estudiantes de nivel licenciatura y egresados de carreras relacionados con la gastronomía, los cuales fueron consultados a través de la aplicación de recursos metodológicos (*focus group* y encuestas). En este sentido, están de acuerdo con la conveniencia y necesidad de contar con una formación disciplinaria más especializada (manejo e higiene de alimentos y bebidas, administración de unidades gastronómicas, marketing), por otra parte, reconocen la necesidad de adquirir técnicas innovadoras, diseñar productos y servicios novedosos que respondan a los nuevos consumidores.

Un campo promisorio para el desarrollo de la profesión gastronómica lo constituye el turismo dentro del cual se ha convertido en un producto atractivo que se ha comenzado a revalorar y reconocer como una cocina de interés global a partir del reconocimiento otorgado a la cocina michoacana como patrimonio cultural intangible por parte de la UNESCO. Un posgrado profesionalizante sobre gastronomía mexicana, puede resultar atractivo y viable, entre otras razones, por lo siguiente:

- Porque respondería a una tendencia de consumo que se ha venido consolidando (la preferencia turística nacional es por el patrimonio intangible y especialmente por la

gastronomía regional mientras que, para el turista internacional, se ha acrecentado su interés por la cocina mexicana de acuerdo al buscador de Google);

- Porque se puede enmarcar en las demandas y acciones derivadas de la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional 2014-2018 que considera al turismo y la gastronomía mexicana (tradicional, popular y local) como elementos de incidencia en el desarrollo sociocultural y económico;
- Porque existe una demanda de profesionalización y actualización constituida por los egresados de carreras y profesionistas vinculados con la gastronomía y el turismo, sectores económicos que se encuentran entre los principales, debido a su aporte al Producto Interno Bruto,
- Porque respondería a la demanda y función social de impartir educación pública superior, pertinente y accesible.

En este marco, la incorporación de una maestría en gastronomía es de suma importancia ya que se visualiza como un campo promisorio de oportunidades para el desarrollo del sector en la formación de gastronómicos, más allá del simple uso operativo del servicio. Con esto se puede argumentar que la gastronomía se percibe en la estrategia de política pública como algo más que sólo la actividad de ofrecer un servicio en el consumo de los alimentos y bebidas en el sector restaurantero o destino turístico, sino también como una manera de posicionar a los productos locales y regionales como un referente de desarrollo en las comunidades de la entidad favoreciendo el potencial que se tiene en los productos y productores locales para su expansión nacional e internacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior ANUIES (2006). *Consolidación y avance de la educación superior en México*. México: ANUIES
- Calvo, D. (2011). Productos agroalimentarios de calidad, gastronomía y patrimonio cultural: activos para la promoción del territorio y de destinos turísticos, en Fabián, Carlos y Carmina Fandos (coordinadores). *Turismo gastronómico. Estrategias de marketing y experiencias de éxito*. Zaragoza, España: Prensas Universitarias de Zaragoza, pp. 93-
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (2001). Programa especial de ciencia y Tecnología. México: CONACyT.

- García, I. E., Pedroza, R., & Hinojosa, A. M. (2009). Tendencias y Estilos Culinarios como Competencias Profesionales del Egresado de la Licenciatura en gastronomía.
- Plancarte, I. (2014). Mercado Roma, la evolución del ‘marchante’, en *Animal Gourmet* [en línea]. Consultado el 21 de octubre de 2014 en <http://www.animalgourmet.com/2014/05/22/mercado-roma-la-evolucion-del-marchante/>
- Muñoz, I., Tamayo, A., & Heredia, C. (2012). Formación profesional de la gastronomía en instituciones públicas en México. *Actualidades Investigativas en Educación*, 12(3).
- PFGM-*Política de Fomento a la Gastronomía Mexicana 2014-2018* (2015). México: SECTUR
- Plan de Desarrollo 2011-2017. Pilar 1 Gobierno Solidario. Gobierno del Estado de México. México.
- Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Programa Sectorial de Turismo. Gobierno de la República. México.
- Política de Fomento a la Gastronomía Nacional (2015)
- Programa Nacional México Sin Hambre. (2014)
- SALUDARTE (2015). Disponible en: <http://www.educacion.df.gob.mx/SaludArte/EducNutricional.php>
- Sayadi, J. (2001). Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del Sureste español. *Cuadernos de Turismo*, 7: 131-157
- Secretaría de Educación Pública, (2015)
- Sistema de cuentas Nacionales de México, (2018)
- UNESCO (2015). La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva – El Paradigma de Michoacán. Disponible en <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00011&RL=00400>
- UNESCO (s/f). Comprender las industrias creativas. Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas, en http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf