

ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO PARA IDENTIFICAR LA IMPORTANCIA DEL TURISMO GASTRONÓMICO COMO APOORTE A LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

*Bibliometric study to identify the importance of gastronomic
tourism as a contribution to smart tourist destinations*

Recibido: 06 de febrero de 2025

Aceptado: 09 de abril de 2025

Autor (es)

María Paula Rico Fernández

maricofe@poligran.edu.co

Estudiante de Administración Hotelera y Gastronómica
Investigadora, conferencista, experta en alimentos y bebidas

Politécnico Grancolombiano

Lenyd Angélica Riaño Martínez

Lrianoma@poligran.edu.co

Magister en Educación, Especialista en Pedagogía y Docencia
Universitaria, Especialista en Gerencia Logística, Ingeniera de Alimentos

Politécnico Grancolombiano

María Janeth Pérez Martínez

mjaneperez@poligran.edu.co

Magister en Desarrollo Rural
Administradora Turística y Hotelera

Politécnico Grancolombiano

Resumen

Los destinos que integran la gastronomía como un valor turístico sostenible favorecen el crecimiento económico de las regiones, promoviendo experiencias únicas para los turistas y mejorando el posicionamiento de las comunidades receptoras. La comunidad académica se ha venido interesando especialmente en los últimos años en la interconexión existente entre el Turismo Gastronómico y los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), siendo el objetivo

del presente estudio establecer mediante un análisis bibliométrico, el aumento progresivo en la investigación sobre estos temas. A partir de la revisión de 2655 documentos en la base de datos especializada Scopus en un periodo de tiempo establecido de 1993 hasta 2024, las categorías abordadas fueron: Patrimonio Gastronómico, Tendencias Gastronómicas, Producto Gastronómico, Turismo Gastronómico y Destino Turístico Inteligente; la información obtenida se interpretó utilizando como herramienta el software Bibliometrix, el cual generó gráficas, diagramas, mapas temáticos y nubes de palabras haciendo visible las tendencias investigativas en estos campos de conocimiento. Los resultados resaltan que el Turismo Gastronómico promueve el fortalecimiento de los DTI, destacando la importancia de la identidad cultural, la sostenibilidad, las experiencias del turista y la innovación. Cabe destacar, que la Organización Mundial de Turismo (OMT) y políticas nacionales como la Ley 2144 de 2021 en Colombia promueven la gastronomía como un proceso cultural que potencia la economía y fomenta prácticas sostenibles para el desarrollo turístico. También es fundamental, la participación de los actores locales con el fin de lograr una gestión eficaz de los destinos turísticos y la preservar el patrimonio cultural. Finalmente, el turismo gastronómico se interrelaciona con los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), impulsando el desarrollo social, económico y cultural de los territorios, promoviendo la sostenibilidad y la diversidad cultural entre los distintos destinos turísticos.

Palabras clave:

Tendencias Gastronómicas, Análisis Bibliométrico, Turismo Gastronómico, Destinos Turísticos Inteligentes.

Abstract

Destinations that integrate gastronomy as a sustainable tourist value promote economic growth in the regions, promoting unique experiences for tourists and improving the positioning of host communities. The academic community has been particularly interested in recent years in the interrelationship between Gastronomic Tourism and Intelligent Tourist Destinations (ITD), the objective of this study being to establish through a bibliometric analysis, the progressive increase in research on these subjects. Based on the review of 2655 documents in the specialized database Scopus over a period of time established from 1993 to 2024, the categories addressed were: Gastronomic Heritage, Gastronomic Trends, Gastronomic Product, Gastronomic Tourism and Intelligent Tourist Destination; the information obtained was interpreted using the Bibliometrix software as a tool, which generated graphs, Diagrams, thematic maps and word clouds making visible the research trends in these fields of knowledge. The results highlight that Gastronomic Tourism promotes the strengthening of ITD, highlighting the importance of cultural identity, sustainability, tourist experiences and innovation. It should be noted that the World Tourism Organization (UNWTO) and national policies such as Law 2144 of 2021 in Colombia promote gastronomy as a cultural process that strengthens the economy and promotes

sustainable practices for tourism development. The involvement of local actors is also essential to ensure effective management of tourist destinations and the preservation of cultural heritage. Finally, gastronomic tourism interrelates with the Intelligent Tourist Destinations (ITD), boosting the social, economic and cultural development of the territories, promoting sustainability and cultural diversity between the different tourist destinations.

Keywords:

Gastronomic Trends, Bibliometric Analysis, Gastronomic Tourism, Smart Tourist Destinations.

Introducción

El turismo Gastronómico debido a su capacidad para promover el desarrollo turístico sostenible, resaltar la cultura e identidad local de los destinos, se ha ganado un significativo reconocimiento en los últimos años; así lo resalta la Organización Mundial del Turismo (OMT), actualmente denominada ONU Turismo a través de la Red de Gastronomía: Plan de Acción 2016-2017. En este contexto la OMT subraya la importancia de trabajar de manera conjunta para planificar y promover en turismo gastronómico con el fin de favorecer el crecimiento económico de las regiones, preservar las tradiciones culinarias locales y su reconocimiento, fortalecer las comunidades, fomentar el respeto por la biodiversidad y los productos locales, así como una experiencia enriquecedora tanto para los turistas como para las comunidades receptoras.

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta aplicada en 2012 y el Informe Mundial sobre Turismo Gastronómico, entre las conclusiones más importantes está la necesidad de transformar las estrategias tradicionales del turismo gastronómico en herramientas que integren calidad, variedad y singularidad de los productos locales. Además, se destaca como la participación de diversos agentes de un destino turístico es fundamental en la definición y gestión de la oferta gastronómica, con énfasis en el uso de guías gastronómica, redes sociales y la organización de eventos como estrategia clave de marketing. Por su parte en el Segundo Foro Mundial de Turismo Gastronómico (2012), destaca como estrategias actuales la valoración de la cadena de valor de la gastronomía, diversidad en el turismo gastronómico, promoción de la diversidad cultural y biodiversidad, sostenibilidad y responsabilidad e investigación y formación; así mismo, la OMT menciona aspectos como el liderazgo, la creatividad, el trabajo en equipo, la visión a largo plazo y la audacia para implementar estrategias innovadoras que junto con la colaboración entre diversos sectores es esencial para la creación de productos turísticos gastronómicos exitosos.

Colombia, a través de la ley 2144 de 2021 fomenta la conservación, reconocimiento e impulso de la gastronomía tradicional como parte del patrimonio cultural, así como el em-

poderamiento de la producción de materias prima a nivel local, el desarrollo y difusión de los saberes, el reconocimiento de los productos de la cocina tradicional, la sensibilización de los productores relacionada con la conservación del medio ambiente y el de su entorno, el fortalecimiento de la producción y consumo de platos tradicionales y restaurantes que ofrezcan productos gastronómicos colombianos e incentivar a los turistas para que los conozcan y consuman. A través de la Ley General de Turismo (Ley 2068 de 2020), se promueve la sostenibilidad y proponen mecanismos para para conservar, proteger y aprovechar destinos y atractivos turísticos. Es así, como el turismo gastronómico tiene una relación directa con los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) estos se refieren a la integración y apoyo del turismo aplicado en los destinos que utilizan frecuentemente tecnologías innovadoras con el fin de enriquecer la experiencia del turista para facilitar el acceso a servicios y brindarle un intercambio de información más rápido. (IGI Global, s.f.). La Unión Europea los define como lugares que armonizan la sostenibilidad accesibilidad, innovación tecnológica con la promoción de la cultura y el patrimonio. (SEGITTUR, s.f).

El estudio bibliométrico realizado permitió identificar la producción científica existente en torno al objetivo de la investigación sobre turismo gastronómico y su aporte a los destinos turísticos inteligentes, encontrando a través de la base de datos Scopus un total de 2,655 documentos y 1,467 fuentes de información correspondiente al periodo comprendido entre los años 1993 y 2024. Así mismo, se establecieron criterios de exclusión relacionados con el idioma seleccionando como principales el inglés y el español y los tipos de documentos los cuales incluyeron artículos de revistas, capítulos de libro, libros, revisiones y conferencias. Esta revisión bibliográfica proporciona una amplia visión acerca de la evolución y enfoques actuales en esta área de estudio; la búsqueda se fundamentó en las siguientes categorías: Patrimonio Gastronómico, Tendencias Gastronómicas, Producto Gastronómico, Turismo Gastronómico y Destinos Turísticos Inteligentes. Se utilizó un método cuantitativo, que permitió el análisis de la información mediante la interpretación de gráficas y diagramas generadas mediante el Software Bibliometrix, con el fin de elaborar conclusiones relacionadas con la importancia del turismo gastronómico y su aporte a los Destinos Turísticos Inteligentes.

Método

La investigación se centra en la exploración documental existente sobre Turismo Gastronómico y su interacción con los Destinos Turísticos Inteligentes a través de un enfoque cuantitativo que, para los estudios bibliométricos se convierte en una herramienta útil para analizar la evolución del campo de conocimiento, procesando datos a gran escala. De acuerdo con Donthu, Kumar, Mukherjee, Pandey, & Lim (2021), estos estudios permiten medir la productividad y el impacto de la producción científica, proporcionando datos valiosos para la gestión del conocimiento. Las categorías de investigación están relacionadas con la productividad de los autores, el impacto de las publicaciones, el trabajo colaborativo, identificando el número de citas, la coautoría, las palabras claves, así como las tendencias investigativas en el campo de conocimiento para lograr una comprensión de la producción científica encontrada (Zupic & Čater, 2015).

El estudio bibliométrico contempla una primera fase de contextualización mediante la selección de información de acuerdo con el criterio de los investigadores, en áreas clave como destino turístico inteligente, patrimonio gastronómico, tendencias gastronómicas, producto y turismo gastronómicos mediante el uso de la base de datos Scopus, se establecen los criterios de inclusión y exclusión: artículos de revista, capítulos de libro, libros, revisiones y conferencias en inglés y español, considerando el periodo comprendido entre 1993 y 2024 con la finalidad de obtener un contexto actualizado. La siguiente tabla muestra los criterios de filtro y búsqueda:

Tabla 1.
Criterios de Filtro y Búsqueda

Base de datos	Criterio Inicial	Segundo filtro	Tercer filtro
	Gastronomic Heritage, Patrimonio Gastronómico, años desde 1193 al 2024.	Gastronomic Heritage, Patrimonio Gastronómico, área temática: ciencias sociales, negocios, gestión y contabilidad, ciencia ambiental y economía, econometría y finanzas.	Tipos de documentos: artículo de revista, libro, capítulo de libro, revisiones y conferencias países de Europa.
	Gastronomic Trends, Tendencias Gastronómicas, años desde 2000 al 2024.	Gastronomic Trends, Tendencias Gastronómicas, área temática: ciencias agrícolas y biológicas, negocios, gestión y contabilidad, ciencia ambiental, economía, econometría y finanzas.	Tipos de documentos: artículo de revista, libro, capítulo de libro, revisiones y conferencias países de Europa y Asia.
	Gastronomic Product, Producto Gastronómico, años desde 1998 al 2024	Gastronomic Product, Producto Gastronómico, área temática: Ciencias sociales, ciencias agrícolas y biológicas, negocios, gestión y contabilidad, ciencia ambiental, economía, econometría y finanzas.	Tipos de documentos: artículo de revista, libro, capítulo de libro, revisiones y conferencias países de Europa y América Latina.
	Gastronomic Tourism, Turismo Gastronómico, años desde 1998 al 2024.	Gastronomic Tourism, Turismo Gastronómico, área temática: Ciencias sociales, negocios, gestión y contabilidad, ciencia ambiental, economía, econometría y finanzas, ciencias agrícolas y biológicas, ciencias de la tierra y planetarias.	Tipos de documentos: artículo de revista, libro, capítulo de libro, revisiones y conferencias países de Europa y América Latina.
	Smart Tourism Destination, Destino Turístico Inteligente, años desde 2001 al 2024	Smart Tourism Destination, Destino Turístico Inteligente, área temática: negocios, gestión y contabilidad, ciencias sociales, ciencias de la computación, ciencia ambiental, economía, econometría y finanzas.	Tipos de documentos: artículo de revista, capítulo de libro, revisiones y conferencias países de Europa, América Latina, Asia.

Fuente: Elaboración propia.

En la exportación de datos relevantes se incluyeron: título del artículo, autores, resumen, palabras clave, año de publicación nombre de la revista e índice de citas; que permitieron una amplia recopilación de información para garantizar la validez estadística. Se determinó que el tesoro de la OMT, al tener documentos y publicaciones en el campo del turismo gastronómico resultaba ideal para estandarizar la temática, así mismo algunas leyes nacionales en torno a este tema.

Los datos obtenidos a través de las cinco categorías seleccionadas se relacionan en la tabla 2 para facilitar su comprensión.

Tabla 2.

Categorías y número de documentos

Categorías	Total de documentos	Años de publicación	Principales países
Patrimonio gastronómico	366	1993 - 2024	Italia y España
Tendencias gastronómicas	160	2000 - 2024	Portugal, Italia, Irak
Producto gastronómico	585	1998-2024	Serbia, Ecuador, España, Italia
Turismo gastronómico	741	1998-2024	España, Serbia, Ecuador, Ucrania
Destino turístico inteligente	803	2001-2024	Corea, España, China, Brasil

Fuente: Elaboración propia.

La segunda fase del estudio se centra en la importación de los datos recopilados mediante el uso del software de análisis bibliométrico denominado Bibliometrix, permitiendo generar gráficos y diagramas que representan las tendencias en cuanto a producción científica, redes de colaboración y análisis de citas incluyendo mapas temáticos; finaliza esta fase con el análisis e interpretación de los resultados obtenidos, identificando patrones, tendencias y conclusiones sobre la importancia del turismo gastronómico y su aporte a los destinos turísticos inteligentes.

Resultados

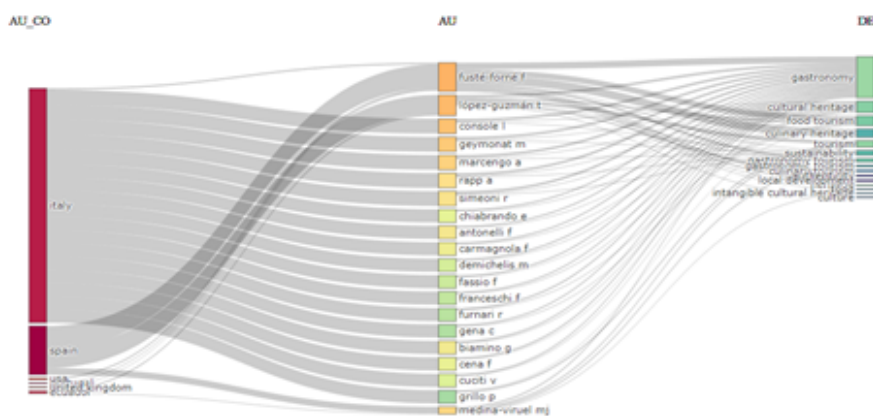
El análisis de las tendencias investigativas a partir de las categorías establecidas resalta el auge y la evolución con relación al Turismo Gastronómico y los Destinos Turísticos Inteligentes. Entre las cuales se seleccionaron: Destino Turístico Inteligente, Patrimonio Gastronómico, Tendencias Gastronómicas, Producto Gastronómico y Turismo Gastronómico. Es importante reconocer los avances realizados por distintos investigadores que hacen visible la evolución en el campo del turismo y la gastronomía, así como la emergencia de nuevas categorías de estudio.

Para la categoría Patrimonio Gastronómico, el rango analizado es de 1993 a 2024 lo que indica un interés por el abordaje del tema a lo largo del tiempo. El número de fuentes sobre patrimonio gastronómico es de 225. Se han publicado 366 documentos sobre el tema lo que indica un alto interés relacionado con la investigación sobre patrimonio gastronómico, esto se ratifica en la tasa de crecimiento anual que corresponde a un 13,87%. El total de autores que han contribuido sobre este tema es de 932, de estos autores 77 han sido documentos individuales lo que refleja que los demás trabajos han sido en colaboración internacional que corresponde a el 21,86%. En promedio cada documento tiene 3,21 coau-

tores lo que refuerza la idea de que la investigación en este campo es predominantemente colaborativa. Las palabras claves utilizadas son 1117 reflejando una amplia variedad de temas dentro del patrimonio gastronómico. Cada documento tiene en promedio 10,49 citas lo que refleja que los trabajos son reconocidos y empleados por otros investigadores.

Gráfico 1.

Relación entre Países, autores y palabras clave



Fuente: Bibliometrix Software.

La gráfica representa la relación entre países, autores, temas y palabras claves asociadas a la categoría Patrimonio Gastronómico, la primera columna hace visible los países de origen de los autores entre los cuales se destacan: Italia y España; la segunda columna resalta los investigadores que han realizado aportes en este campo de conocimiento y en la tercera columna se muestran los temas o palabras clave para esta categoría de estudio, entre las más relevantes se encuentran: Gastronomía, Patrimonio Cultural, Turismo de Comida, Patrimonio Culinario y Turismo. Cabe destacar que la categoría Patrimonio Gastronómico es un campo relevante que se relaciona con la identidad cultural de los pueblos, abordando aspectos como la sostenibilidad, el desarrollo local y el patrimonio cultural intangible, entre otros.

Gráfico 2.

Nube de palabras clave

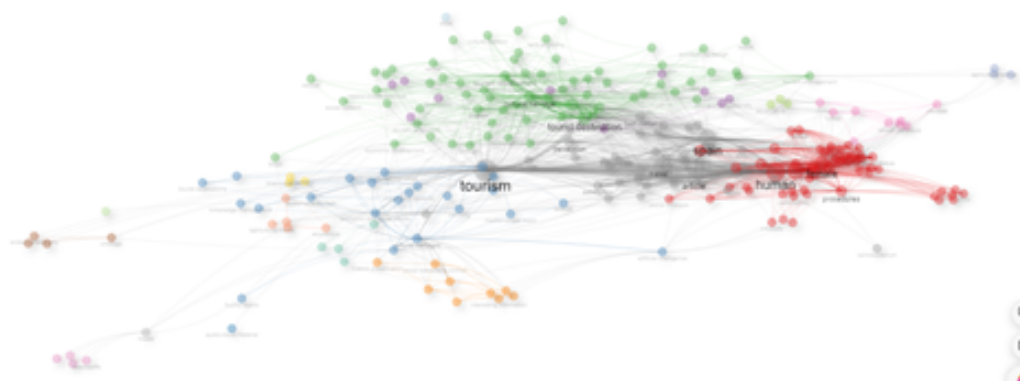


Fuente: Bibliometrix Software.

Esta nube de palabras (Word Cloud) representa los términos que más se utilizan desde la categoría patrimonio gastronómico. La palabra más destacada es el Turismo, lo que permite inferir que es el tema central de las investigaciones realizadas, de igual manera el termino Turismo Patrimonial también es una categoría relevante. Otras categorías que se encuentran son: Desarrollo Sostenible, Desarrollo turístico, Destino Turístico, Patrimonio Cultural, Atracción Turística. Este panorama deja entrever la importancia del patrimonio gastronómico y su interconexión con la sostenibilidad, el turismo, la cultura, biodiversidad, el ecoturismo, desarrollo rural, entre otros aspectos que reflejan la emergencia de nuevas categorías de investigación en este campo de conocimiento.

Gráfico 3.

Mapa Temático

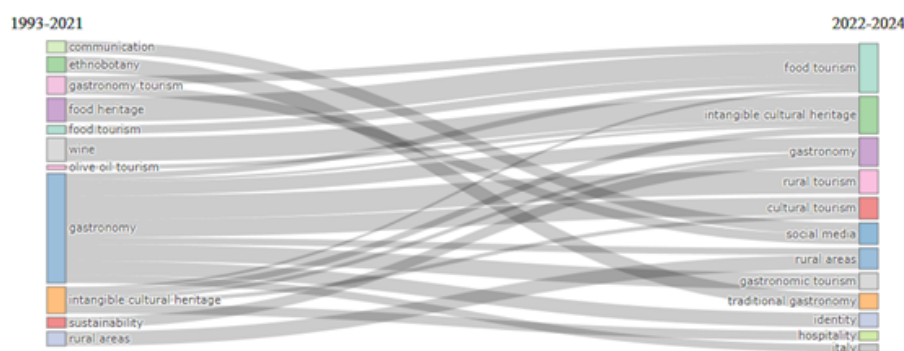


Fuente: Bibliometrix Software.

El mapa temático presentado muestra que el patrimonio gastronómico está relacionado con diferentes temas, especialmente con "Turismo" y "Humano", es decir, esta categoría se reconoce por su valor cultural y su importante incidencia en las experiencias vivenciadas por el turista. Los nodos de color rojo representan la categoría "Humano" y los verdes la categoría "Turismo". También se identifican otros aspectos que se interconectan como la "tradición", la "cultura" y las "experiencias culinarias". El patrimonio gastronómico se convierte en una categoría interdisciplinaria que reconoce la gastronomía en los distintos territorios.

Gráfico 4.

Evolución Temática



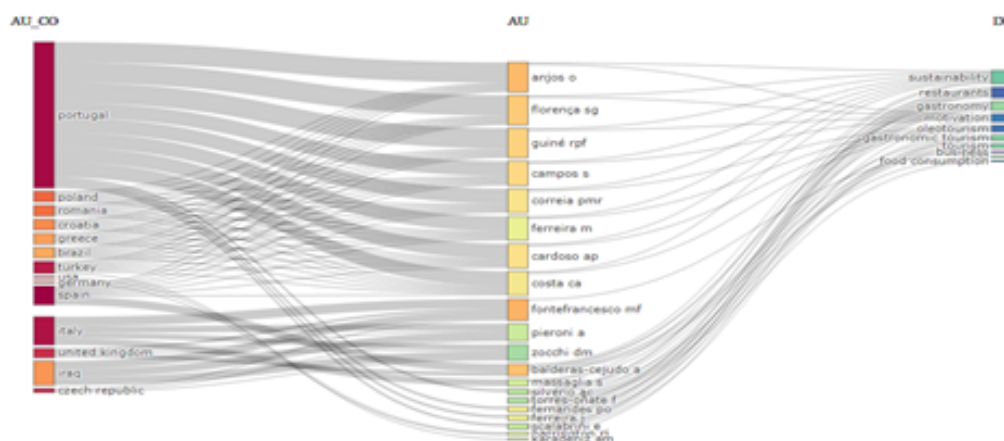
Fuente: Bibliometrix Software.

El diagrama de flujo muestra la evolución de los diferentes temas relacionados con el patrimonio gastronómico en el periodo de tiempo de 1993 a 2021, esta categoría está asociada al “Turismo Gastronómico”, “Patrimonio Alimentario” y “Cultura Alimentaria”, resaltando la relación existente entre patrimonio gastronómico, turismo y cultura. Para el periodo de tiempo de 2022-2024 se identifica la conexión entre “Turismo de Alimentos”, “Herencia cultural intangible” y “Turismo rural”, lo que permite hacer visible la necesidad de nuevas categorías y el interés de los investigadores por explorar contextos más amplios que resignifiquen la identidad cultural y social.

En relación con la categoría tendencias gastronómicas se analizó el periodo que va desde el año 2000 hasta 2024, el total de fuentes utilizadas fue de 123. Se han publicado 160 documentos sobre este tema, lo que demuestra un gran número de investigaciones realizadas en este campo. El total de autores es de 458 lo que sugiere que es un área de interés para varios investigadores. De los 160 documentos, 43 son de un solo autor lo que indica una parte de la investigación se realiza de forma independiente. Se evidencia un 13.75% de colaboraciones internacionales, lo que indica un real interés en las investigaciones sobre esta temática de estudio. Por cada documento publicado hay 3.02 coautores en promedio, lo que permite inferir un proceso colaborativo en el desarrollo de las investigaciones. Las palabras claves de autores es de 624, demostrando una gran variedad de enfoques y temáticas sobre la categoría tendencias gastronómicas. Cada documento en promedio se ha citado 6.85 veces, lo que demuestra el avance y el reconocimiento en la comunidad académica.

Gráfico 5.

Relación entre países, autores y palabras clave



Fuente: Bibliometrix Software.

La gráfica evidencia la relación entre países, autores, temas y palabras claves asociadas a la categoría Tendencias Gastronómicas. La primera columna refleja los países de origen de los autores entre los cuales se destacan: Portugal, Italia e Irak. En la segunda columna se destacan los investigadores que han realizado aportes en este campo de conocimiento. La tercera columna muestra los temas o palabras clave de esta categoría de estudio, entre las más relevantes se encuentran: Sostenibilidad, Restaurantes, Gastronomía, Motivación y Tu-

rismo Gastronómico. Las investigaciones realizadas sobre la categoría tendencias gastronómicas dejan entrever las tendencias relacionadas con Oleoturismo, Negocios y Consumo de alimentos, entre otros aspectos.

Gráfico 6.

Nube de Palabras Clave

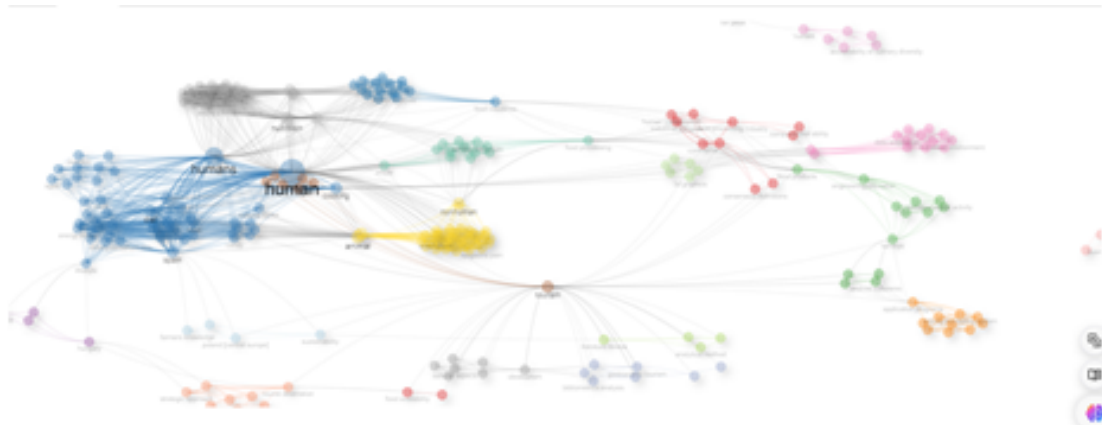


Fuente: Bibliometrix Software.

La nube de palabras (Word Cloud) muestra cuales son las más utilizadas en relación con la categoría tendencias gastronómicas. La categoría más investigada es el “Turismo”, seguida de “Humano”, “Manipulación de Alimentos”, “Cocinando” y “España”. Se refleja la relación existente entre tendencias gastronómicas y turismo y las categorías asociadas que se relacionan con el clima, la nutrición, obesidad, dietas alimentarias, servicio de catering, destino turístico, entre otros. Lo anterior evidencia la diversidad de temáticas abordadas y la emergencia de otros enfoques de conocimiento.

Gráfico 7.

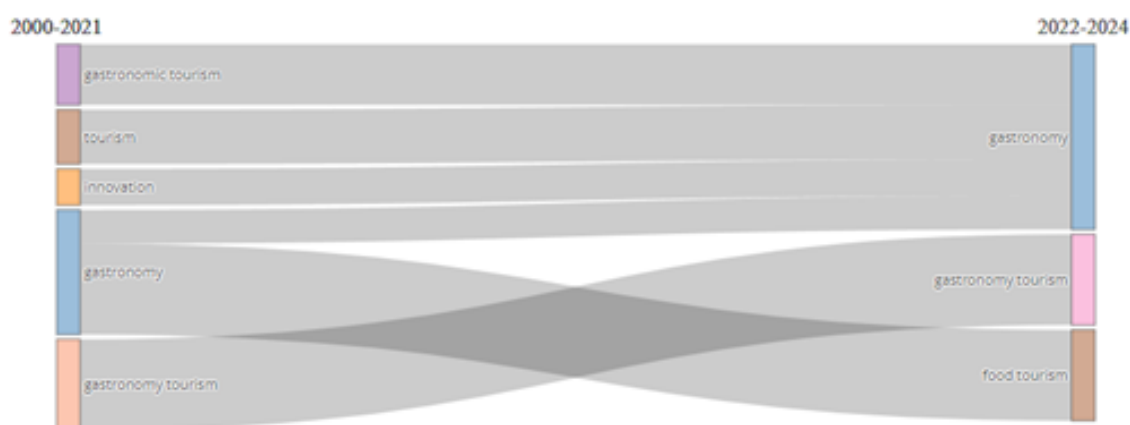
Mapa Temático



Fuente: Bibliometrix Software.

Los temas más representativos son "Humanos" y "Cocinando". Así mismo, los diferentes colores pueden representar distintas tendencias entre las cuales se destacan: "Dietas", "Técnicas Culinarias", "Sostenibilidad", "Animales", "Turismo", "Nutrición" y demás. Los nodos más pequeños podrían representar algunos subtemas relacionados con las tendencias gastronómicas que incluirían algunos alimentos, prácticas de cocina y conceptos de salud. También se hace visible la evolución de la categoría tendencias gastronómicas en relación con los cambios sociales, culturales y alimenticios.

Gráfico 8.
Evolución Temática



Fuente: Bibliometrix Software.

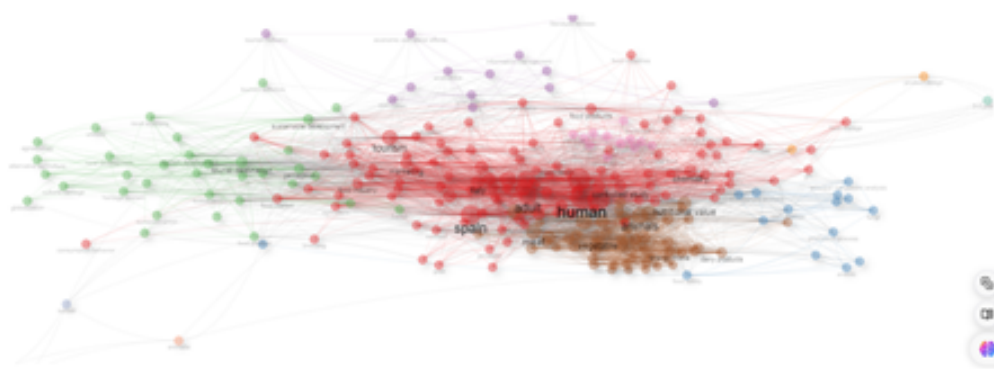
El diagrama de flujo muestra la evolución del tema: tendencias gastronómicas en el periodo de tiempo de 2000 al 2021, los términos relevantes en este periodo son "Gastronomía" y "Turismo Gastronómico". Esto demuestra el interés por la gastronomía como atractivo turístico. Para el periodo de 2022 al 2024, la categoría "Gastronomía" adquiere una especial importancia, lo que puede indicar que se valore más la experiencia gastronómica más allá del turismo. Se destaca que la categoría "Turismo Gastronómico" esté presente en los dos periodos analizados, lo que permite inferir que, aunque la gastronomía se destaque como categoría de estudio independiente, el turismo sigue siendo parte importante de esta tendencia. Cabe destacar que la categoría "Innovación" se hace visible en el primer periodo de 2000 al 2021 indicando un nuevo enfoque que se interrelaciona con el turismo gastronómico, sin embargo, no es una categoría de estudio del segundo periodo 2022 al 2024 lo que supone una estabilidad de las tendencias actuales.

El período de análisis relacionado con la categoría Producto gastronómico, abarca desde 1998 hasta 2024. Se utilizaron un total de 360 fuentes diferentes para la investigación sobre el tema, lo que indica una considerable diversidad en las referencias. Se encuentran un total de 585 documentos que han sido publicados en relación con "producto gastronómico". La investigación ha involucrado a 1792 autores, lo que refleja un interés amplio y colaborativo en este campo. De los documentos, 112 se han publicado individualmente, el 16.58% de los documentos son fruto de colaboraciones internacionales, lo que resalta el interés y la colaboración a nivel global en productos gastronómicos. En promedio, hay 3.39 coautores

Esta nube de palabras (Word Cloud) representa las más utilizadas en relación con la categoría Producto Gastronómico. La palabra más relevante es “España”, seguida de “Humano”, “Turismo”, “Artículo” y “Destino Turístico”. De igual manera se evidencia la interconexión entre producto gastronómico y otras categorías reveladas entre las cuales se destacan desarrollo sostenible, desarrollo turístico, contaminación de alimentos, valor nutricional, preferencias alimentarias, entre otros. Por lo anterior, se denota la heterogeneidad temática abordadas que se relacionan con la categoría producto gastronómico

Gráfico 11.

Mapa Temático

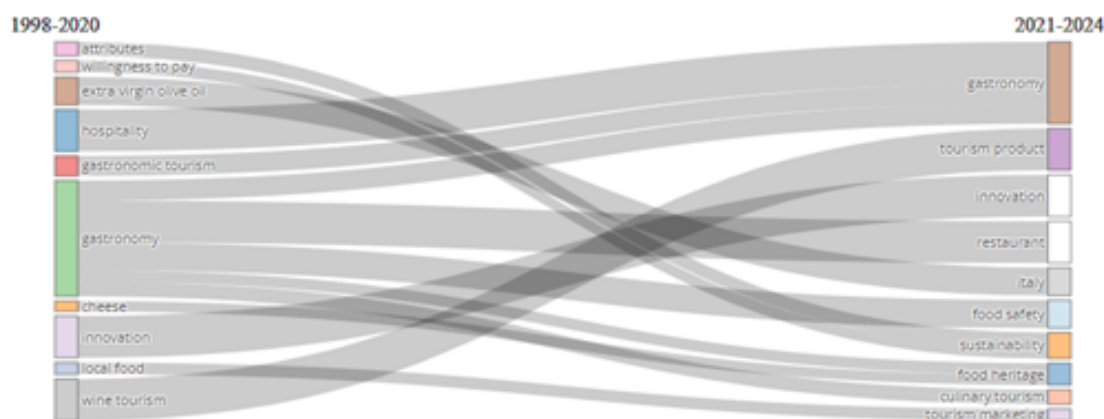


Fuente: Bibliometrix Software.

Este mapa temático representa tres nodos con las categorías más representativas. El nodo rojo muestra los temas centrales relacionados con Producto Gastronómico referidos al consumo o tipos de alimentos; el nodo verde se asocia a temas de sostenibilidad y producción y finalmente, el nodo azul se relaciona con el turismo o aspectos culturales relacionados con la gastronomía. Las palabras clave “Turismo” y “España”, pueden estar referidas a elementos culturales y turísticos, es decir, que algunos productos gastronómicos despiertan el interés de los visitantes en lugares específicos.

Gráfico 12.

Evolución Temática



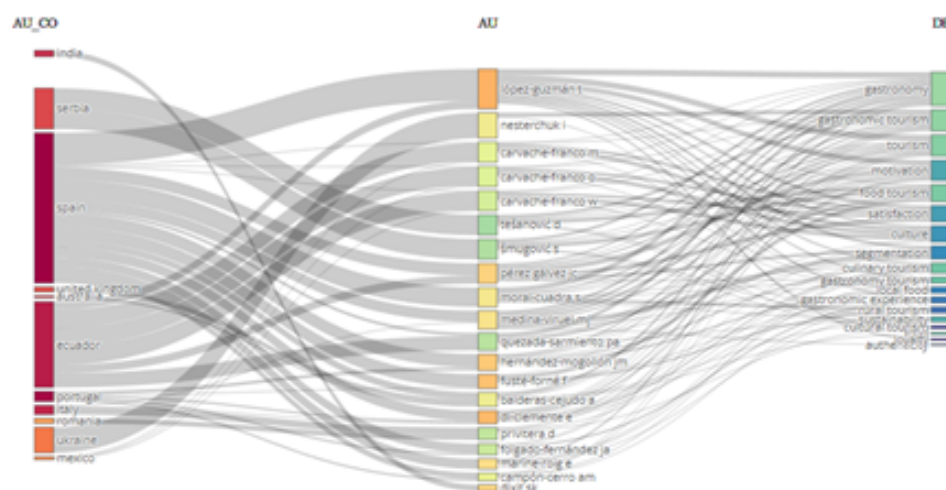
Fuente: Bibliometrix Software.

Este diagrama de flujo muestra la evolución del tema: Producto Gastronómico, en el periodo comprendido entre 1998 y 2020 el término que más se destaca es "Gastronomía", para el periodo 2021-2024 las categorías relevantes son "Innovación", "Sostenibilidad", "Producto Turístico" y "Restaurante", sugiriendo nuevas tendencias que conllevan a prácticas que estén a la vanguardia, y a la vez respondan a las expectativas de los turistas. Del mismo modo, los términos de "Sustentabilidad" y "Seguridad Alimentaria" hacen visible el interés de los usuarios por consumir productos gastronómicos en óptimas condiciones.

En relación con la categoría Turismo Gastronómico, se encontraron investigaciones que van desde el año 1998 hasta 2024. El total de las fuentes publicadas es de 333, en cuanto a los documentos el total es de 741, lo que evidencia una amplia diversidad de publicaciones sobre esta categoría. La tasa de crecimiento anual es de 19,6% mostrando una tendencia particular en relación con el turismo gastronómico y un gran interés por este campo de conocimiento. Del mismo modo, se hace visible una significativa participación de los investigadores con un total de 1787 autores. 130 publicaciones han sido escritas por un solo autor, el 20,65% en coautoría internacional. Es decir, cada documento tiene 2,91 coautores. El total de palabras clave es de 1976 abordando una diversidad de temas que se relacionan con el turismo gastronómico. Las citas promedio son de 12,43 por documento, haciendo visible un alto número de citas y la importancia del tema en la comunidad académica.

Gráfico 13.

Relación entre países, autores y palabras clave



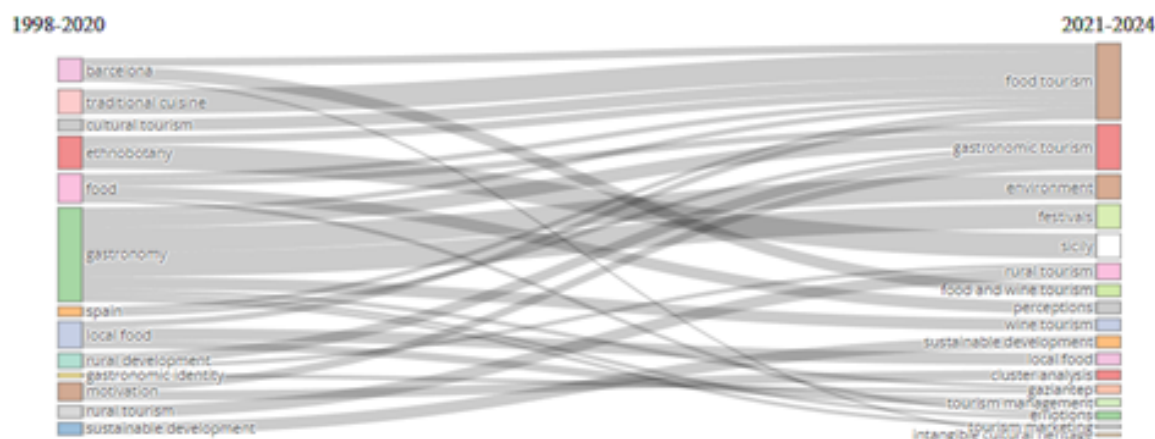
Fuente: Bibliometrix Software.

La gráfica representa la relación entre países, autores, temas y palabras claves asociadas a la categoría Turismo Gastronómico. La primera columna refleja los países de origen de los autores entre los cuales se destacan: Serbia, Ecuador, España y Ucrania. En la segunda columna se hacen visibles los investigadores que han realizado aportes en este campo de conocimiento. La tercera columna muestra los temas o palabras clave de esta categoría de estudio, entre las cuales se encuentran: Gastronomía Turismo Gastronómico, Turismo, Motivación, Cultura. Del mismo modo, se refleja el surgimiento de nuevas tendencias investigativas relacionadas con el Turismo Culinario, Comida local, Experiencia Gastronómica, Turismo Rural, entre otras.

se relacionan con el ecoturismo y el turismo sostenible, evidenciando la interrelación con la gastronomía. Otros temas identificados se refieren a cocina local, festivales gastronómicos, identidad cultural, entre otros.

Gráfico 16.

Evolución Temática



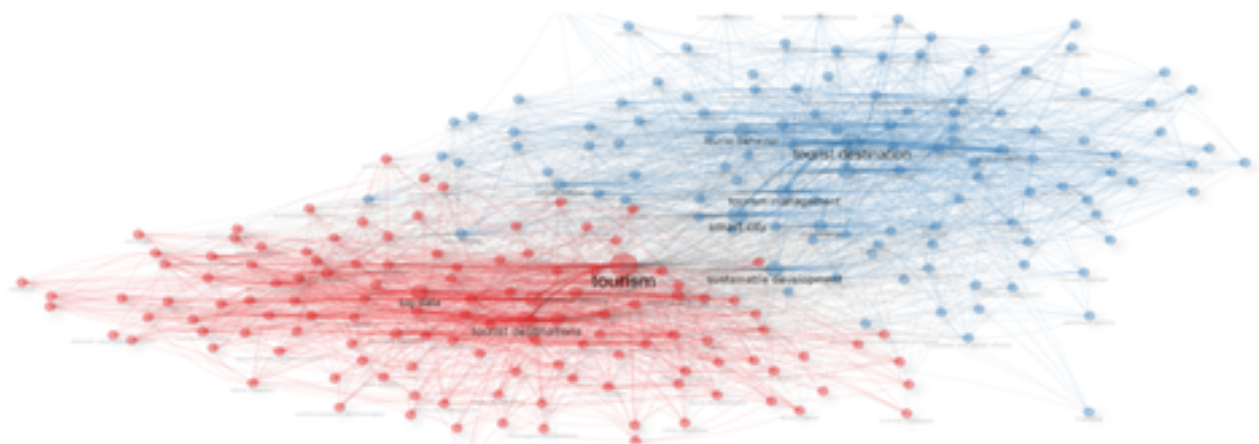
Fuente: Bibliometrix Software.

La gráfica representa la evolución de términos relacionados con el turismo gastronómico. Se hace visible la transición de categorías como “Gastronomía” y “Cultura Tradicional” hacia “Turismo Gastronómico” en el periodo comprendido entre 2021 y 2024. Esto indica que las experiencias vividas por el turista estén centradas también en la comida como un aspecto fundamental de su viaje. Igualmente, se destacan el “Desarrollo Sostenible” y las “Percepciones” lo que indica que el turismo gastronómico tiene un impacto social y económico. En esta búsqueda emergen términos como: “Identidad Gastronómica” “Festivales”, “Medio Ambiente”, “Turismo Rural”, “Comida Local”, haciendo visible el impacto del entorno natural, cultural y social en el turismo gastronómico.

En lo que respecta a la categoría Destino Turístico Inteligente, el lapso de tiempo analizado es de 2021 hasta 2024, y el número de fuentes correspondiente es de 426. Se han identificado 803 documentos relacionados con el tema: destinos turísticos inteligentes, lo cual un número significativo de investigaciones en este campo. La tasa de crecimiento anual es del 22,63%, lo cual indica el interés por esta categoría de conocimiento. El número de autores es de 2239, lo que deja entrever un significativo interés y aportes de los investigadores en este campo. Se identifican 80 autores individuales y 23.41% coautores internacionales. En el proceso de publicación participan más de tres coautores lo que hace visible un trabajo colaborativo. Las palabras clave que utilizan los autores es de 2233, demostrando la diversidad en el desarrollo de las temáticas y enfoques. Finalmente, el promedio de citas es de 18,6, lo que permite inferir la relevancia de los trabajos y el impacto que estos generan en este campo de conocimiento.

La imagen presentada es una nube de palabras (Word Cloud) que destaca los términos más utilizados relacionados con la categoría Destino turístico Inteligente. La palabra más representativa es el Turismo convirtiéndose en el tema central de las investigaciones realizadas, así mismo la palabra Destino Turístico es una categoría relevante en los diferentes estudios. Otras categorías que se resaltan son: Desarrollo del Turismo, Ciudad Inteligente, Comportamiento del Turista, Sustentabilidad, Turismo Inteligente, Gestión del Turismo, Redes Sociales y Ecoturismo. En este sentido se muestra un amplio panorama que aborda la categoría Destino Turístico Inteligente y la importancia de la innovación tecnológica y sostenibilidad en el desarrollo de los destinos turísticos evidenciando las tendencias y desafíos en este campo de conocimiento.

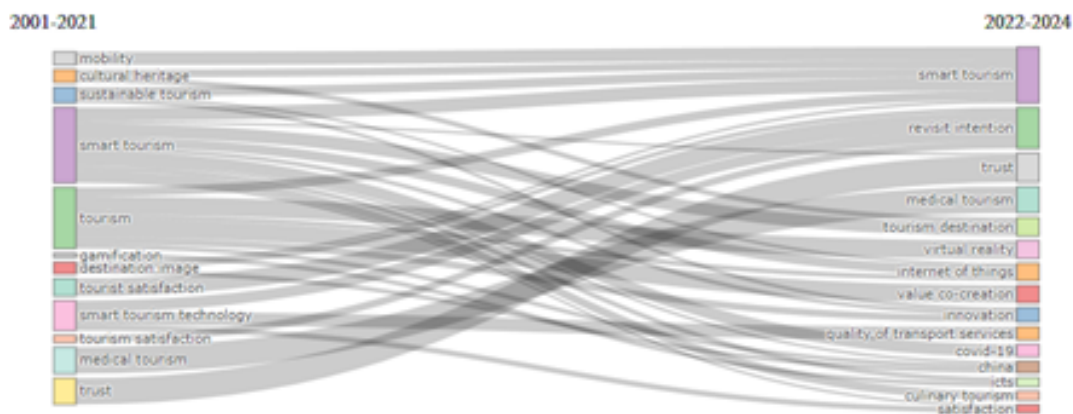
Gráfico 19.
Mapa Temático



Fuente: Bibliometrix Software.

Este mapa ilustra los conceptos relacionados con la palabra clave "Destino Turístico Inteligente", presentado dos áreas principales una de color rojo y otra de color azul, indicando que existen dos grupos de conceptos interrelacionados, pero que pueden demostrar diferentes enfoques en el campo del turismo inteligente. En el área roja el concepto predominante es el Turismo, también se destacan destino y comportamiento turísticos lo que permite inferir como se desarrollan los destinos turísticos y como los turistas interactúan con ellos. En el área azul se identifican términos como Ciudad Inteligente (Smart City) y Comportamiento del Turista (Tourist Behavior), es decir, la tecnología y la innovación se convierten en categorías fundamentales en la gestión de destinos turísticos. Los términos Datos (Data) y Sostenibilidad (Sustainability) también se destacan dado que la tecnología podría aportar a la sostenibilidad y la eficiencia en el turismo. Las conexiones entre los dos grupos indican que hay interrelaciones entre los conceptos de turismo tradicional y los enfoques más modernos e inteligentes, esto sugiere que el desarrollo de destinos turísticos inteligentes no se puede separar completamente de las prácticas y comportamientos turísticos tradicionales.

Gráfico 20.
Evolución Temática



Fuente: Bibliometrix Software.

El diagrama de flujo presentado demuestra una evolución de diversos temas en el campo del turismo entre años 2001-2021 y su proyección para 2022-2024. La categoría turismo inteligente se visibiliza en ambos periodos, por su gran relevancia y proceso continuo en el sector turístico. En esta misma línea se destaca la satisfacción del turista, teniendo en cuenta que sus experiencias se convierten en una prioridad en las investigaciones desarrolladas. Así mismo, se refleja la emergencia de nuevas categorías entre las cuales están: Confianza (Trust), Turismo Médico, Innovación y Co-Creación de Valor y Realidad Virtual e Internet de las Cosas, esto permite dar cuenta de la transición entre temas tradicionales hacia procesos innovadores y tecnológicos, así como las percepciones y necesidades de los turistas.

Tabla 3.
Revistas más relevantes por categoría

Fuente	Categoría	N. de Documentos
International Journal of Gastronomy and Food Scien	Patrimonio Gastronómico	23
International Journal Of Gastronomy And Food Scien	Tendencias Gastronomicas	8
Current Issues in Tourism	Producto Gastronómico	17
Asia Pacific Journal of Tourism Research	Turismo Gastronómico	13
Sustainability (Switzerland)	Destino Turístico Inteligente	67

Fuente: Elaboración propia.

La tabla muestra las revistas más representativas en las que se han publicado documentos relacionados con las principales categorías de estudio. La categoría con mayor número de publicaciones es la de Destino Turístico Inteligente en la revista Sustainability (Switzerland) con un total de 67 publicaciones,; seguida de Patrimonio Gastronómico en la revista International Journal Of Gastronomy And Food Science con un total de 23 documentos; en

cuanto a la categoría Producto Gastronómico se han publicado en la revista Current Issues in Tourism un total de 17 documentos; la categoría Turismo Gastronómico tiene un total de 13 publicaciones en la revista Asia Pacific Journal of Tourism Research y finalmente en la categoría Tendencias Gastronómicas se encuentra un menor número de publicaciones en la revista: International Journal Of Gastronomy And Food Science con un total de 8 documentos. Por lo anterior se reconoce, un mayor interés de los investigadores sobre los Destinos Turísticos Inteligentes y el Patrimonio Gastronómico develando la importancia de la innovación y la cultura en el desarrollo turístico.

Discusión y Conclusión

Las categorías más relevantes que se identificaron en este estudio bibliométrico a partir de la búsqueda de las palabras clave: Patrimonio Gastronómico, Tendencias Gastronomicas, Producto Gastronómico, Turismo Gastronómico y Destino Turístico Inteligente fueron: Turismo Patrimonial, Desarrollo sostenible, Patrimonio Cultural, Turismo Gastronómico, Industria de Alimentos, Nutrición, Seguridad Alimentaria, Percepción del Consumidor, Diseño de Producto, Turismo Culinario, Tecnología Alimentaria, Planeación Regional, Destino Turístico, Ciudad Inteligente, Desarrollo Turístico, entre otras. Esto indica la diversidad temática la cual aborda aspectos culturales, sociales, económicos y tecnológicos, haciendo visible un enfoque holístico en la interconexión existente entre gastronomía, turismo y sostenibilidad.

En relación con la evolución temática, el análisis identifica la transición hacia diversos enfoques en el turismo gastronómico, incluyendo Turismo Rural, Festivales Gastronómicos, Enoturismo (Turismo de Vinos), Valorización del Patrimonio Cultural Intangible, entre otros. Esta diversidad temática hace visible una comprensión más amplia del turismo gastronómico como promotor de desarrollo, un ejemplo de ello, son los festivales gastronómicos que no solo generan un impacto económico, sino también fortalecen la identidad cultural. De igual manera el turismo de vinos y el turismo rural destacan el potencial de regiones menos urbanizadas y fomentan practicas más sostenibles.

En cada uno de los campos de conocimiento analizados a través del software Bibliometrix, se destacan algunas investigaciones innovadoras que hacen visible el avance de las tendencias emergentes. En relación con la categoría de Patrimonio Gastronómico y Producto Gastronómico, Bessière (1998) aborda el estudio de la relación existente entre la gastronomía tradicional y el desarrollo turístico en áreas rurales, resaltando que la comida local se convierte en un atractivo turístico y promueve el rescate de las identidades culturales en los territorios, es así como el patrimonio gastronómico juega un papel fundamental en el desarrollo local, dado que atrae a turistas interesados en vivir experiencias auténticas y conocer la cultura que caracteriza el destino que visitan. Este autor también describe la importancia de los alimentos tradicionales como atractivos turísticos relevantes en contextos rurales, destacando que la gastronomía local promueve tanto el turismo como la preservación del patrimonio cultural, lo que representa una posibilidad para el desarrollo económico y cultural de las comunidades. En cuanto a la cate-

goría de Tendencias Gastronómicas, Licciardi y Pinedos (2020) realizan una investigación sobre las tendencias actuales en el turismo, encontrando que aspectos como la autenticidad, la sostenibilidad y la cultura inciden considerablemente en las preferencias de los turistas, presentando una perspectiva sobre la adaptación de las estrategias de marketing y oferta de servicios para despertar su interés. En la categoría Turismo Gastronómico, Pérez Gálvez et al. (2021) analizan cómo la ciudad de origen de los turistas puede influir en sus preferencias gastronómicas, describiendo patrones de consumo y comportamiento. Estos aspectos pueden servir como referencia para las empresas prestadoras de servicios turísticos en el diseño de ofertas innovadoras que respondan a los intereses de los visitantes. Por lo anterior, destacan la importancia de la interconexión entre cultura, geografía y preferencias culinarias como un aporte fundamental para el diseño de estrategias de marketing. Finalmente, Figueiredo et al. (2018) resalta la categoría Destinos Turísticos Inteligentes presentando una herramienta innovadora basada en el uso de imágenes para la creación de itinerarios de viaje personalizados a partir de las experiencias vividas por los turistas. Estas experiencias son registradas a través de fotografías que permiten analizar sus preferencias con el fin de generar recomendaciones sobre los destinos turísticos.

Este estudio bibliométrico develó que los países que tienen mayores avances en materia de investigación sobre el turismo gastronómico y los DTI, son los europeos y los asiáticos; en este sentido, el desarrollo tecnológico y la infraestructura avanzada han sido factores fundamentales para la creación de DTI con capacidad de innovación en relación con la oferta gastronómica que integra procesos sostenibles, promoviendo experiencias turísticas que facilitan el acceso a la cultura local. En América Latina se destacan Ecuador y Brasil, sin embargo, se denota la necesidad de un mayor avance en materia de investigación que pueda hacer visible el potencial que existe respecto al turismo gastronómico y los DTI.

Cabe destacar que el Turismo Gastronómico es un aspecto fundamental en el desarrollo de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), al generar interés en los visitantes, promover procesos sostenibles, experiencias culturales. Cuando se realiza la integración de la gastronomía en los DTI se potencia el turismo y el desarrollo económico de un territorio, así como la preservación de las tradiciones culinarias locales. Se destaca como el uso de la tecnología permite que los destinos turísticos sean innovadores, mejoren la accesibilidad a productos locales, personalicen experiencias en función de las preferencias gastronómicas de los visitantes y preserven la identidad cultural.

Finalmente, este estudio bibliométrico se convierte en un punto de referencia para futuras investigaciones porque proporciona una amplia perspectiva relacionada con la evolución del turismo gastronómico y su relación con los DTI, identificando las tendencias de investigación actuales que dejan entrever la importancia de la preservación de la cultura y el desarrollo de prácticas sostenibles en los destinos turísticos.

Referencias bibliográficas

- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>
- Congreso de la República de Colombia. (2020). Ley 2068 de 2020: Ley General de Turismo. Diario Oficial No. 51.283. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/ministerio/sectores-economicos/turismo/Documentos/ley-2068-de-2020.pdf>
- Congreso de la República de Colombia. (2021). Ley 2144 de 2021: Por la cual se conserva, fomenta, reconoce e impulsa la gastronomía tradicional colombiana como parte del patrimonio cultural. Diario Oficial No. 51.682. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/ministerio/sectoreseconomicos/turismo/Documentos/ley-2144-de-2021.pdf>
- Consejo Distrital de Política Económica y Social del Distrito Capital (CONPES D.C.). (2023). Política Pública Distrital de Turismo: “Bogotá Destino Turístico Sostenible, Inteligente, Responsable e Incluyente” 2023-2033. Alcaldía Mayor de Bogotá. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sitios/planeacion/>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Figueiredo, M., Ribeiro, H., Cacho, J., Lopes, C., & Faria, V. (2018). Smart tourism destinations: A tool for personalized itinerary creation based on tourist experiences. *Tourism Analysis*, 23(5), 557–572. <https://doi.org/10.3727/108354218X15319359013213>
- Hall, C. M. (2011). *Tourism planning: Policies, processes, and relationships*. Pearson Education.
- Licciardi, P., & Pinedos, T. (2020). Trends in tourism: Authenticity, sustainability, and cultural influences on tourist preferences. *Tourism Review*, 75(4), 601–615. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2019-0456>
- McKercher, B. (2007). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2012). *Global report on gastronomy tourism (Informe mundial sobre turismo gastronómico)*. [https://www.academia.edu/38723652/Red de Gastronom%C3%ADa de la OMT Plan de Acción](https://www.academia.edu/38723652/Red_de_Gastronom%C3%ADa_de_la_OMT_Plan_de_Acci%C3%B3n)

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2016). *Red de Gastronomía: Plan de acción 2016-2017*. https://www.academia.edu/38723652/Red_de_Gastronom%C3%ADa_de_la_OMT_Plan_de_Acci%C3%B3n

Pérez Gálvez, J. C., Pérez Gálvez, L. F., Priego, G., & López García, M. M. (2021). Gastronomic preferences and the influence of tourists' city of origin. *Journal of Culinary Tourism*, 15(3), 211–228. <https://doi.org/10.1080/15428052.2021.1894320>

Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>