

TURISMO GASTRONÓMICO DEL CACAO Y EL CHOCOLATE, TENDENCIAS LATINOAMERICANAS GASTRONOMIC TOURISM OF COCOA AND CHOCOLATE, LATIN AMERICAN TRENDS

MANUELA CAMACHO GÓMEZ¹
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
MÓNICA ISABEL MEJÍA ROCHA²
Universidad de Guanajuato

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo analizar la preeminencia del Cacao y el Chocolate como atractivo gastronómico en el contexto del turismo latinoamericano. La investigación siguió un método cualitativo de tipo fenomenológico sistémico, donde se privilegió el uso de técnicas de investigación documental y el análisis de contenido.

Los principales hallazgos muestran que el chocolate es un producto fundamental en la gastronomía mexicana, también lo es en los países de Latinoamérica. Su uso es como un bien terminado y a manera de materia prima o insumo de bebidas y platillos gourmet, artesanales o tradicionales.

Las tendencias muestran su inclusión en la cocina tradicional hasta llegar a la gastronomía molecular o de vanguardia. Asimismo, en el plano turístico, el cacao y el chocolate son el principal atractivo de rutas culturales, ciudades, museos, festivales, capitales. También está presente significativamente en la formación académica especializada y en la investigación científica en materia de salud.

Palabras Clave: Chocolate, gastronomía, turismo cultural, turismo gastronómico

Fecha de Recepción: 15 de noviembre 2018 Fecha de Aceptación: 20 de diciembre 2018

¹ Profesor-investigador, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Av. Universidad s/n Zona de la Cultura, Villahermosa, Tabasco, México, E-mail: manuelacamacho@gmail.com

² Profesor-Investigador, Universidad de Guanajuato, Fracc. el Establo Marfil s/n, Guanajuato, México, E-mail: monica_mr47@hotmail.com

ABSTRACT

The objective of this article is to analyze the pre-eminence of Cacao and Chocolate as a gastronomic attraction in the context of Latin American tourism.

The research followed a qualitative method of systemic phenomenological type, where the use of documentary research techniques and content analysis was privileged. The main findings show that chocolate is a fundamental product in Mexican gastronomy, also in Latin American countries.

Its use is like a finished good and as a raw material or input of gourmet, handmade or traditional drinks and dishes. The trends show their inclusion in traditional cuisine until they reach molecular or avant-garde gastronomy. Also, in the tourist area, cocoa and chocolate are the main attraction of cultural routes, cities, museums, festivals, capitals. It is also present significantly in specialized academic training and scientific research in health.

Key Words: Chocolate, gastronomy, cultural tourism, gastronomic tourism

1. INTRODUCCIÓN

La gastronomía es un complejo compuesto por elementos culturales-históricos que incluyen sabores y olores arraigados en una población o asentamiento humano en algún punto geográfico particular. Esta sabiduría obedece a ingredientes diferenciados y a formas de preparación singulares que lo hacen atractivo. En este contexto, los platillos y bebidas de México tienen un reconocimiento tácito en el ámbito internacional. Así, el chocolate, es un producto históricamente considerado como alimento y cuya diferenciación está fincada en la diversidad de sus presentaciones -tabletas, barras, pastillas, croquetas, granulados, polvo, cubiertas, bombonería, cremas y licores-. Más recientemente la línea de exóticos que incluye mezclas con maracuyá, limón, coco, naranja, tamarindo, guayaba, piña, jamaica y chía, entre otros. Los nuevos ingredientes son elementos fundamentales para denotar su origen mexicano (Camacho, Suárez y Juárez, 2017).

En el plano mundial, el chocolate tiene un especial renombre, su uso como insumo o en sus presentaciones sólidas o en polvo, han sido objeto de múltiples diseños, maridajes, mezclas, mayor contenido de cacao, hasta llegar a formar parte de la gastronomía molecular, una técnica perteneciente a la nueva cocina, que cuida el sabor y la presentación de los alimentos. Se basa en la creatividad, la imaginación y genera gustos y texturas innovadoras. Otra tendencia identificada es la creación de rutas gastronómicas basadas en el cacao y el chocolate. Con estas perspectivas, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, s/f) sugirió en el año 2005, que el cacao, pero particularmente el chocolate, debía ser estudiado con diversas

visiones, bien desde la dimensión histórica, antropológica, cultural, o desde la óptica científico-tecnológica, agrícola, económica y turística.

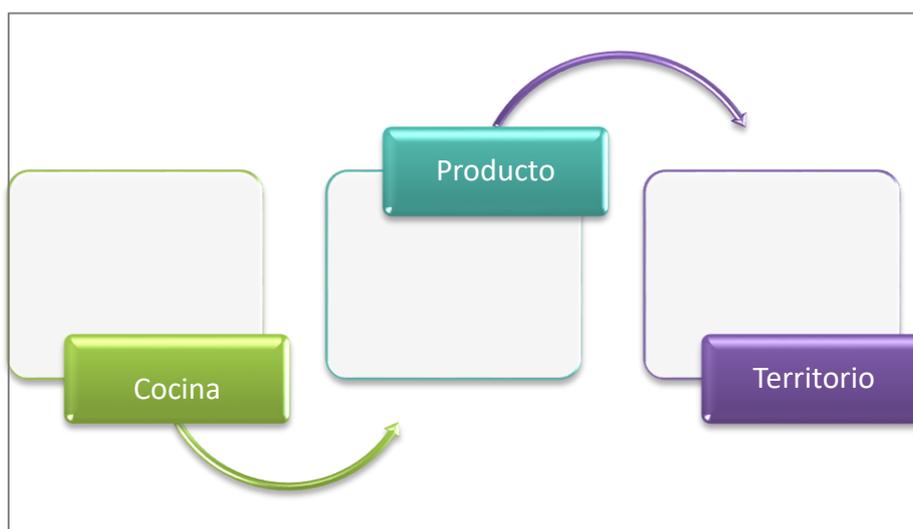
Con estas expectativas el presente artículo tiene como propósito añadir valor al estado del arte del turismo gastronómico basado en el chocolate a través de diferentes productos y servicios en la América Latina.

2. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Gastronomía en el interés mundial del turismo

En la geografía mundial la comida representa un símbolo cultural-histórico catalogado como un patrimonio gastronómico, lo que implica la acumulación de conocimientos del pasado y la procuración para preservarlos (Brulotte y *Di Giovine*, 2014 citado por Sosa, 2016). En este sentido, la Organización Mundial del Turismo (OMT), valora a la gastronomía como un recurso clave en la propuesta de valor y diferenciación de los destinos, en consecuencia, el turismo para esta especialidad es un segmento de mercado en sí mismo (OMT, 2017); que, combinado con áreas naturales puede generar nuevos satisfactores de éxito en los mercados turísticos; ya que favorecería el consumo de productos autóctonos y añadiría mayor autenticidad a la experiencia (Flavián y Fandos, 2011, citado por Camacho *et al*, 2017).

Figura 1. Triángulo del turismo Gastronómico



Fuente: Elaborado con datos de SECTUR (2016).

La gastronomía posee categorías, conceptos y formas asociadas a la comida (Niembro y Tellez, 2012, citado por Sosa, 2016), que cada vez son más conocidas, en gran medida gracias a las tecnologías de la información y comunicación que

hoy día tienen una influencia significativa en el sector turístico (Mejía y Camacho, 2016).

Con estas perspectivas el turismo gastronómico debe potencializar el triángulo entre cocina, producto y territorio (figura 1). Esta especialidad del turismo contribuye a mantener los usos, las costumbres y las funciones que permiten preservar la riqueza patrimonial material e inmaterial del territorio y recuperar la memoria culinaria (OMT, 2017 citado por Camacho *et al*, 2017).

2.2 Cocina Latinoamericana

La cocina en la Región de América Latina es apreciada como un elemento fundamental de la cultura y la historia de los pueblos, singular y con gran arraigo en sabores, olores, tradición, cultura, costumbres y particularidades muy propias. En este contexto, el maridaje y el mestizaje culinario son altamente significativos ya que equivale a un patriotismo culinario universal, un continente de sabores (La Razón s/f). En esta región, la cultura alimentaria supera por mucho la transformación de materias primas e insumos en comida y se convierte en una identidad simbólica dentro del contexto cultural, donde se erige como una fuente de imaginación, creatividad y fantasía.

En Latinoamérica el alimento está plagado de subjetividades, ya que se le confieren distintos significados, entre ellos, el estatus social de las personas (Patiño, 2012, P.12). Para el caso de México, la riqueza culinaria también se basa en la pluralidad y en el arraigo cultural que los ha llevado a ocupar un lugar relevante en la escena gastronómica mundial (SECTUR, 2014).

2.3 Ferias gastronómicas y rutas culturales

En este ámbito, las actividades especializadas como las ferias y rutas gastronómicas se entienden como un “sistema organizado que ofrece al turista la posibilidad de disfrutar la comida típica y la producción agroindustrial; al mismo tiempo que se tiene relación relacionarse con los agricultores, sus actividades y su cultura” (Osorio, Serrano y Echeverría, 2016, P. 7). O bien como un “itinerario con un origen, dimensión territorial, y configuración estructural específica que enlaza destinos, productos, atracciones, servicios y actividades fundamentadas en la producción, creación, transformación, evolución, preservación, salvaguarda, consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural, Natural, Inmaterial, Mixto” (Montecinos 2012, P. 101).

Un festival gastronómico debe atraer a los turistas y visitantes, ofreciendo alimentos, actividades y programas con especialidades y temas gastronómicos locales o regionales (Lee

& Arcodia, 2011, citado por citado por Muñoz, Uribe, Pérez y Ríos, 2017).

Con respecto a los recorridos, estos se derivan de las denominadas rutas culturales iniciadas en los años 90 con el programa "Patrimonio de la humanidad" que tuvo el propósito de enaltecer los valores culturales o históricos en ciertos espacios y paisajes, avalados por la UNESCO y por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) donde se creó el Comité Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC).

Estas rutas son parte del turismo gastronómico, apreciado como un estilo de vida y de motivación para el turista que busca experiencias con productos genuinos de una región específica (WTO, 2012). Se trata de una oferta culinaria enmarcada en tradiciones, cultura y atractivos naturales (SECTUR, s/f).

En el contexto de turismo alimentario, las rutas funcionan de manera sistémica para ofrecer a sus segmentos la alternativa de disfrutar comida típica y producción agroindustrial, al mismo tiempo que tienen la oportunidad de relacionarse con los agricultores, sus actividades y su cultura" (Osorio, Serrano y Echeverría, 2016, P. 7).

2.4 Cocina molecular o de vanguardia

La gastronomía molecular, conocida también como cocina de vanguardia o tecnoemocional (Casalins, 2012) es la continuidad de la nueva cocina, con un cuidadoso proceso en el sabor y la apariencia de los alimentos. Su propósito es aprovechar la imaginación y creatividad, procurando gustos y texturas nuevas, sin que los alimentos pierdan su sabor e ingredientes originales (Grivetti y Howard-Yana, 2009).

Esta especialidad culinaria tuvo sus orígenes en 1969, teniendo como premisa, conocer la aplicación de la ciencia en la cocina. La utilización de combinaciones de ingredientes genera sabores inesperados (National Universit College, s/f). Su principal campo de acción se basa en descubrir las reacciones fisicoquímicas que ocurren durante la preparación de los alimentos, por lo que toma cualquier conocimiento científico para aplicarlo y exaltar así, la experiencia gastronómica desde el análisis sensorial (Casalins, 2012).

La gastronomía de vanguardia ha propiciado una fructífera colaboración entre cocineros y científicos interesados en la cocina, que ha cosechado avances notables en el panorama gastronómico del siglo XXI. Se trata de un binomio gastronómico-científico (Mans y Castells, 2011).

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

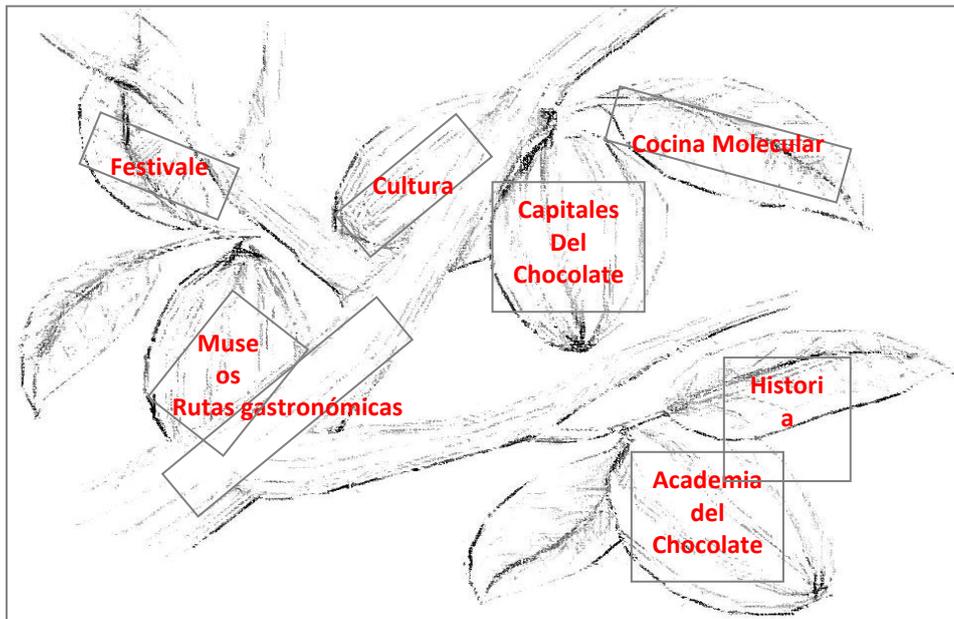
El método utilizado en el proyecto general, del cual se deriva este artículo, fue cualitativo con un diseño fenomenológico sistémico (Martínez, 2006), apoyado con

técnicas de revisión documental, análisis de contenido y benchmarking competitivo o de rendimiento, considerado como un proceso de investigación sistemático de nuevas ideas sobre métodos y prácticas que lleva a la organización a una ventaja competitiva (Camp, 1989, citado por Cuadrado y Colbert, 2010).

4. HALLAZGOS

Los principales hallazgos muestran que el chocolate es parte de la gastronomía mundial, aunque su trascendencia histórica y cultural es más acendrada en Latinoamérica. Respecto a Europa, su valor es más bien comercial, pero los aportes de países como Bélgica, Francia, Italia y España han sido determinantes para las presentaciones e innovaciones del producto en tiempos actuales. Las tendencias gastronómicas se enmarcan básicamente hacia el turismo en un plano histórico-cultural, a través de festivales, museos, rutas culturales, ciudades denominadas “capital del chocolate” (Ver figura 2).

Figura 2. Tendencias gastronómicas en el chocolate



Fuente: Elaboración propia con ilustración de Stock.

4.1 Festivales del Chocolate

De acuerdo con la investigación realizada se encontraron 24 ferias y festivales gastronómicos del chocolate, los cuales tienen lugar en 15 países de América Latina, siendo México la nación donde mayor presencia tiene (Ver tabla 1).

Tabla 1. Festivales del Chocolate en América Latina

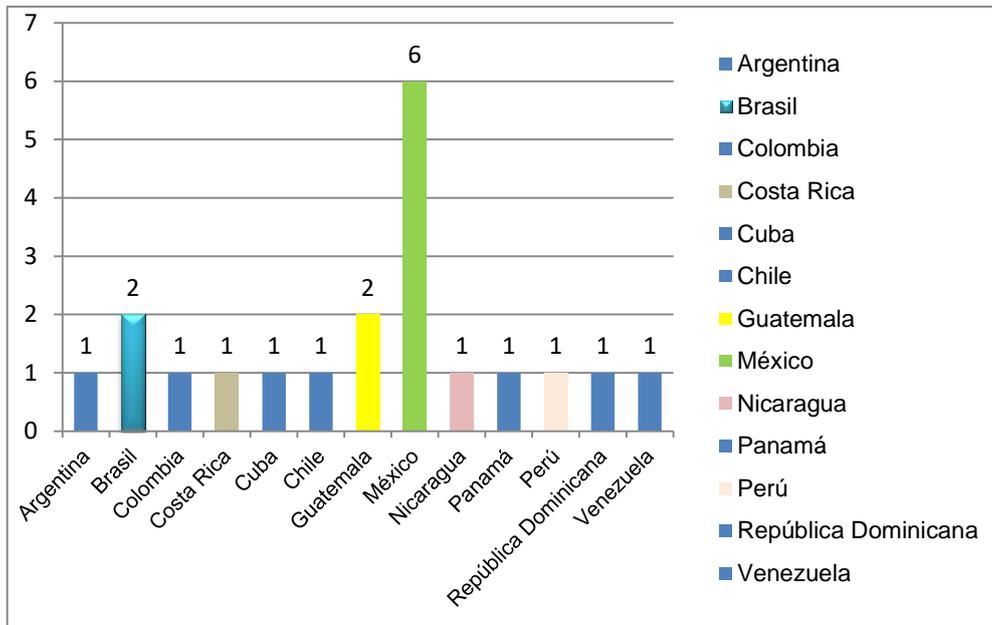
| NOMBRE | LUGAR |
|--|---|
| Salón del Chocolate | Quito, Ecuador |
| Festival gastronómico del chocolate | Sao Paulo, Brasil |
| Festival del Chocolate | Mérida, Venezuela |
| Fiesta nacional del chocolate | San Carlos Bariloche, Argentina |
| Festival gastronómico de la gallina india y el Chocolate | Caluco, El Salvador |
| Festival del Cacao y el Café | Huila, Colombia |
| ChocoFest | Lima, Perú |
| Feria del Chocolate | San José, Costa Rica |
| Festival del Chocolate "Cacao Convergence" | Alta Verapaz, Guatemala |
| Feria Nacional del Cacao | Managua, Nicaragua |
| Festival del Cacao | Puerto El Triunfo, Usulután, San Salvador |
| Festival Internacional del Chocolate | Santa Cruz, Honduras |
| Fiesta del Chocolate Normando | Mal Abrigo, Uruguay |
| Festival del Chocolate | Sucre, Bolivia |
| MÉXICO | |
| Nombre | Lugar |
| Festival del Chocolate | Villahermosa, Tabasco |
| Festival artesanal de Cacao y Chocolate | Coyoacán, Ciudad de México |
| Salón del Chocolate | Ciudad de México |
| Festival del chocolate gourmet | Puebla, Puebla |
| Feria Anual de las empanadas, Chocolate y atole | San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca |
| Festival del cacao al chocolate | Monterrey, Nuevo León |
| Feria Internacional del Chocolate y Pan de Muerto | Coyoacán, Ciudad de México |
| Festival del chocolate y otras bebidas artesanales | Ciudad de México |
| Fiesta nacional del Chocolate | San Luis Potosí |
| Festival artesanal de Café y Chocolate | Querétaro, Querétaro |

Fuente: Elaboración propia con revisión de diversas páginas web.

4.2 Museos

En lo que respecta a los museos del Chocolate en América Latina, fueron identificadas 20 organizaciones ubicadas en 13 de los 20 países (Ver figura 3). Tales centros tienen como esencia la cultura, la historia y la gastronomía. En general, el visitante puede apreciar antiguos utensilios y maquinaria utilizados para el proceso de fabricación del chocolate tales como tostadores, descascarilladores, molinos, metalografía, fotografías de cacao y chocolate, exposición de documentos, publicidad y promoción del chocolate, loza para tomar chocolate, fotos de chocolateros, libros de diferentes épocas, almanaques (González, 2012). A diferencia de los museos europeos, los de Latinoamérica se distinguen en su mayoría por la inclusión de recorridos por plantaciones de cacao (Camacho, 2017).

Figura 3. Número de Museos en América Latina



Fuente: Camacho (2016).

Los museos como organizaciones culturales deben de tener cuidado en el diseño de su interior y en la presentación de sus exposiciones – productos culturales -, a fin de lograr adecuarse a su contexto y lograr el interés de visita a su espacio por parte de los consumidores culturales (Hooper-Greenhill, 2000; Gurel y Kava, 2010; Welsh, 2005).

Los museos deberán de tomar importancia en la labor de identificar a sus públicos a fin de lograr jerarquizar sus mercados potenciales y actuales; así como el diseñar acciones que les permitan permanecer en el mercado cultural (Christensen, Fuat-Firat y Cornelissen, 2009; Weis, 2005; Wilcox y Cameron, 2006; Hendrix y Hayes, 2010).

4.3 Rutas del Chocolate

La geografía latinoamericana cuenta con diversos recorridos del cacao y el chocolate. La ruta fue impulsada en 2002 por autoridades de Ecuador, país con gran representatividad en potenciales itinerarios culturales agrícolas (Herdoiza, 2002, citado por The Chocolate Way s/f).

En 2005, la UNESCO desarrolló el proyecto "La Ruta del Cacao en América Latina: hacia un desarrollo endógeno", que tenía como propósito un estudio integral del cacao para identificar, promover y divulgar las Rutas Culturales relacionadas con el cacao en América Latina y el Caribe y fomentar el conocimiento y valoración de la diversidad cultural en los lugares de memoria vinculados con su recolección, cultivo, producción (UNESCO s/f). Algunos de los países que se distinguen por estas rutas del cacao y el chocolate son: México, República Dominicana, Venezuela y Ecuador.

4.3.1 México

En México existen 18 Rutas Gastronómicas ubicadas en 29 entidades y la capital del país (SECTUR, s/f), algunas de estas abarcan dos o más estados, tal como es el caso de Tabasco que junto con Chiapas están registradas con la Ruta del Cacao. En Tabasco, esta forma parte del Circuito del Agua y Chocolate que incluye el recorrido por tres de las Haciendas Chocolateras y los museos de sitio y del chocolate (Camacho *et al*, 2017). En estos recorridos la elaboración de chocolate artesanal es un atractivo fundamental (Ver figura 4).

Figura 4. Ingredientes del chocolate ancestral.

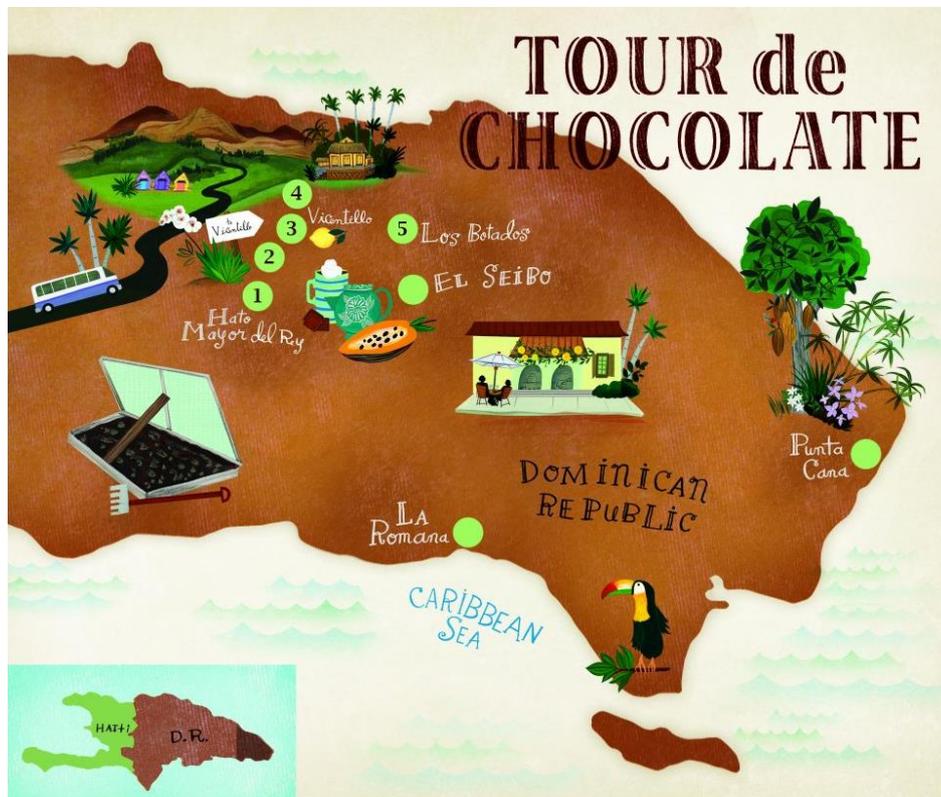


Fuente: México Desconocido (2017)

4.3.2 República Dominicana

Las Rutas en América Latina se caracterizan por contar entre sus atractivos la inclusión de recorridos por plantaciones de cacao. Así se encuentra la Ruta del Chocolate en la República Dominicana, la cual se divide en dos rutas: la primera está en Vicentillo-Yabón en Hato Mayor del Rey y la segunda en Los Botados en El Seibo. En ambas está disponible una tienda de artesanías y una de ellas ofrece el servicio de alojamiento en las “Cabañas ecológicas”, provisto de hermosos paisajes (Bureo, 2011). Este recorrido es considerado como una de las más importantes por el Chocolate Way que ha propuesto recorridos en varios países de Europa (Ver figura 5).

Figura 5. Propuesta de Ruta Histórica de Chocolate en República Dominicana.



Fuente: Chavich (2012)

4.3.3 Venezuela

El bosque “El sendero Turmero-Chuao” también conocido como La Ruta del Cacao es un camino muy visitado por excursionistas venezolanos y extranjeros debido al atractivo que ofrece el Parque Nacional *Henri Pittier*, la población y la playa de Chuao conocida mundialmente por su riqueza natural, cultural e histórica; patrimonio histórico del país (climbingvenezuela s/f).

4.3.4 Ecuador

En este país la ruta del chocolate contempla diversas actividades y atractivos, tales como hoteles con un menú enfocado en el chocolate, tiendas especializadas con chocolates ganadores de premios internacionales, además de las haciendas dedicadas a generar sabores y texturas magníficas (Visit Ecuador Travel s/f). Las plantaciones se recorren a través de un tren (Ver figura 6).

Figura 6. Tren en la Ruta del Chocolate en Ecuador.



Fuente: Tren ecuador (s/f)

4.4 Capitales del Chocolate

En Europa, Bruselas, Bélgica, Nutella en Italia y París en Francia, se autonombran capital mundial del chocolate. Mientras que, en la América Latina, Caracas, en Venezuela también se llama a sí misma, capital mundial del chocolate; Quito en Ecuador se dice capital del cacao, al igual que San Vicente de Chucuri, Colombia. Sin embargo, la ciudad más conocida es San Carlos de Bariloche en Argentina, denominada la capital del chocolate artesanal (Publímetro, 2016). Sucre en Bolivia, tiene el título de capital del chocolate del país (Kase, 2016). Gramado, Brasil es conocida como la capital brasileña del chocolate artesanal (globo.com, 2012). En México, San Luis Potosí, posee el título de capital del chocolate.

4.5 El chocolate en la cocina molecular

En cuanto a la cocina, el chocolate forma parte de la gastronomía molecular donde los conocimientos científicos son aplicados, los cuales junto con creatividad e imaginación han dado paso al uso del chocolate en la cocina molecular. Crespo (2017) afirma que su versatilidad permite desarrollar creaciones con cacao en repostería de vanguardia ya que se

encuentra estrechamente ligado a platos dulces, por ello, juega un papel destacado como insumo o materia prima (Ver figura 7).

Figura 7. Texturas del chocolate de vanguardia.



Fuente: Crespo (2017).

En aplicaciones de gastronomía molecular se pueden romper paradigmas de humedad con chocolate y/o el uso de agua con chocolate para lograr texturas asombrosas, al mismo tiempo que da cabida a que los consumidores puedan conocer y degustar el verdadero chocolate que se caracteriza por el contenido de alto porcentaje de cacao (Crespo, 2017).

El verdadero chocolate y otros subproductos del cacao son componentes fundamentales en diversos productos innovadores. Dentro de ellos se encuentran salchichas con manteca de cacao, considerada por el experto fabricante de chocolate de vanguardia Olav Preatsch, citado por Campos (2013) como la única grasa en el mundo que no produce alergias a los humanos.

Otro producto muy conocido son los *nibs* impulsado por la cocina molecular. Consisten en granos de cacao que después que se fermentan, se asan (tuestan), se pelan y se machacan en pedacitos. Los *nibs* han llegado a considerarse como un

producto sustituto de las nueces (Campos, 2013) (Ver figura 8).

Figura 8. Nibs de cacao



Fuente: Campos (2013).

A la gastronomía molecular también se la ha denominado cocina de conceptos, la cual ha impulsado nuevos sabores y mezclas del chocolate en platos ya posicionados como el caso de la pizza margarita “reinventada con chocolate blanco”; el caviar de chocolate “dotado de lujo y excelencia”; los cocteles como el mojito y la piña colada fundidos con bombones de chocolate. También la propuesta Cacao en dos tiempos de Balaguer, un postre para degustar chocolate en los “diferentes momentos de la sobremesa” (Béjar, 2014).

4.6 Academia e investigación del Chocolate

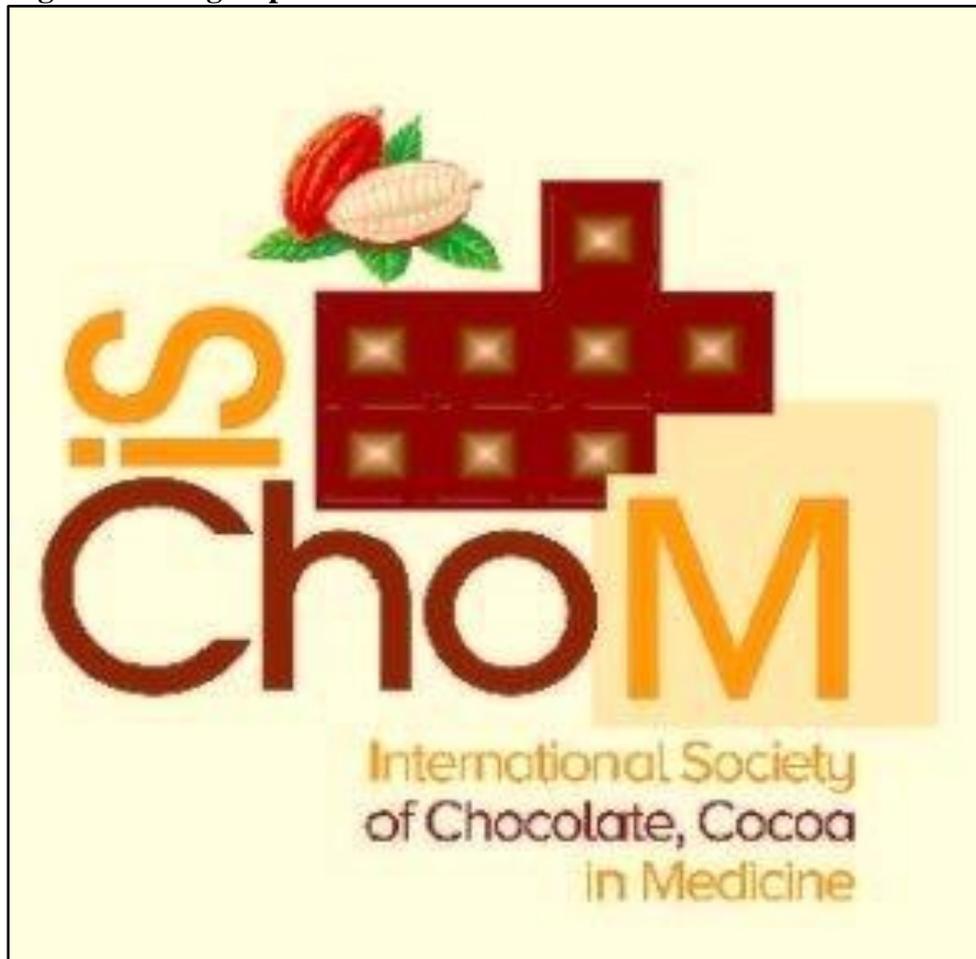
Con estas perspectivas, la academia y la investigación también han puesto su mirada en el chocolate a través de la “Chocolate Academy” impulsada por la empresa *Callebaut* y la Sociedad Internacional del Chocolate y el Cacao en Medicina (ISCHOM) miembro del Chocolate Way y de su Comité Científico compuesto por profesores e investigadores de toda Europa y del mundo.

La primera escuela del Chocolate fue denominada *Callebaut College* en el año 1988. En 2014 se abrió el *Chocolate Academy de Callebaut*, en Wieze, Bélgica. El objetivo es perfeccionar a los panaderos, chefs, confiteros y chocolateros en las técnicas y arte del chocolate. Este centro cuenta con una pequeña plantación, una sala de Beanology, una biblioteca del chocolate y una sala destinada a la degustación. Actualmente la *Chocolate Academy* tiene presencia en 20

países localizados en los continentes europeo, americano y asiático. 11 de ellos en Europa, 4 en América y 5 en Asia (Chocolate Academy, s/f).

Por su parte, el ISCHOM es la única Sociedad reconocida internacionalmente que, gracias a los estudios médicos y programas de investigación desarrollados en los últimos años, lleva a cabo cultura y educación sobre los beneficios del cacao y del chocolate en la medicina para la salud de los seres humanos en diferentes situaciones de la vida (Ver figura 9). Durante los años 2014, 2015 y 2016 llevaron a cabo el Congreso Internacional de Chocolate y Cacao en Medicina apoyado por *The Chocolate Way*, *la Accademia dei Maestri Cioccolatieri Italiani*. Si bien estos eventos se realizan en Europa, particularmente en España e Italia, han sentado un precedente singular del uso del chocolate en la salud humana que pudiera ser replicada en América Latina.

Figura 9. Logotipo del ISCHOM



Fuente: Chocolate Away (s/f).

5. CONCLUSIONES

El propósito de este trabajo fue mostrar las tendencias del uso del cacao y el chocolate en diversos sectores económicos, con una aproximación analítica en la gastronomía y el turismo. Se pudo confirmar que América Latina ocupa un lugar especial en la utilización cultural, gastronómica, histórica, turística y más recientemente en la academia y la investigación del cacao y el chocolate.

Las principales tendencias muestran una presencia cada vez mayor de ferias y festivales gastronómicos especializados en el cacao y el chocolate, en cuyo contexto se erigen las capitales del chocolate. Asimismo, se puede destacar la presencia de 20 museos en diversos países de Latinoamérica. En cuanto a las rutas del cacao, estas fueron impulsadas formalmente por la UNESCO en el año 2005, con un proyecto que contemplaba 30 rutas en seis países europeos (Bélgica, Francia, Alemania, Italia, España, Reino Unido), los cuales fueron la base de actuales paquetes turísticos que ofrecen a los visitantes la oportunidad de conocer a los productores, de gustar y experimentar el mundo del chocolate.

En lo que corresponde al uso del chocolate en la cocina molecular o de vanguardia, este ha ido ganando terreno especialmente en la repostería fina. De tal manera que el conocimiento científico tiene aplicabilidad en la cocina generando sabores y formas innovadoras. En este sentido, la investigación sobre el chocolate sigue su curso con miras a proteger la salud de los consumidores.

Se aprecia, por tanto, que, el chocolate tiene un alto significado cultural e histórico, teniendo en la gastronomía y en el turismo su mayor repercusión. Sin embargo, este producto tiene cada vez más una presencia mundial que lo aproxima a formar parte del patrimonio cultural de la humanidad.

6. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

- BÉJAR, G. (2014): “Nuevas fronteras de placer”. *La Vanguardia Magazine*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/magazine/20140523/54407066368/buena-vida-chocolate-tendencias-magazine.html>
- CAMACHO GÓMEZ, M. y PAZ GÓMEZ, C. (2015): “Desafíos del marketing en las haciendas cacaoteras de México”. Ponencia presentada en el XIX Congreso Internacional de la Academia de Ciencias Administrativas, A.C. en Abril 2015 en Durango, México.
- CAMACHO GÓMEZ, M. (2016): “Chocolate, museos del chocolate en América Latina: marketing y turismo”. *Vinculategica*. Recuperado de

- <http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R2/3561-3578%20-%20Chocolate,%20Museos%20Del%20Chocolate%20En%20America%20Latina%20Marketing%20Y%20Turismo.pdf>
- CAMACHO GÓMEZ, M. (2017). *Chocolate. Historia, Arte, Cultura y Marketing*. Villahermosa, Tabasco, México: Laberinto Ediciones-UJAT.
- CAMACHO GÓMEZ, M., SUÁREZ JIMÉNEZ, R. C. & JUÁREZ DOMÍNGUEZ, A.A. (2017): “Ruta Gastronómica del Cacao al Chocolate en Comalcalco, Tabasco, México: ante nuevos escenarios mundiales”. Ponencia presentada en el Congreso Internacional de la Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional. Villahermosa, Tabasco, México.
- CAMPOS, V. (2013): El chocolate: una cocina sana de vanguardia. Recuperado de <https://www.dw.com/es/el-chocolate-una-cocina-sana-de-vanguardia/a-17178494>
- CASALINS, E. (2012): *Cocina molecular Concepto, técnicas y recetas*. Buenos Aires: Ediciones Le.
- CHAVICH, B. (2012): Chocolate route in the Dominican Republic. *Westjet Magazine*. Recuperado en <https://www.westjetmagazine.com/story/article/chocolate-route-dominican-republic>
- CRESPO, J.P. (2017): Conozca la pastelería molecular y su aplicación en el chocolate. Recuperado de <http://vivaelcacao.com/es/conozca-la-pasteleria-molecular-y-su-aplicacion-en-el-chocolate/>
- GONZÁLEZ PÉREZ, C. (1999): “El museo del chocolate de Astorga”. *Cuadernos de Etnología y Etnografía de Navarra*, sin volumen, sin número, 315-322.
- GRIVETTI E, & HOWARD-YANA, S. (2009): *Chocolate History, Culture. Davis, California*. Universidad de California. Recuperado de <https://books.google.com.mx/books?id=zwVS5gsJMUcC&pg=RA1-PA1956&dq=el+cacao+y+el+chocolate+en+Cuba&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjx8PKPzvzbAhWHyoMKHa4oBmMQ6AEILTAB#v=onepage&q=el%20cacao%20y%20el%20chocolate%20en%20Cuba&f=false>
- GUREL, E. Y KAVAK, B. (2010) : “A conceptual model for public relations in muse-ums”. *European journal of marketing*. Vol. 44. <http://dx.doi.org/10.1108/03090561011008600>
- HENDRIX, J. HAYES, D. (2010): Public relations cases. California: Wadsworth.
- KASE, A. (2016): “Cómo Sucre se convirtió en la capital del chocolate de Bolivia”. *Munchies*. Recuperado de: <https://munchies.vice.com/es/article/9a8gw3/como-sucre-se-convirtio-en-la-capital-del-chocolate-de-bolivia>

- MANS, C. y CASTELLS, P. (2011): *La nueva cocina científica. De la incertidumbre a la predictibilidad culinaria mediante la ciencia: el gran paso de la cocina del siglo XXI*. Investigación y Ciencia.
- MARTÍNEZ-MIGUELEZ, M. (2006): *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa*. México: Trillas.
- MEJÍA ROCHA, M.I., CAMACHO GÓMEZ, M. (2016): “Desarrollo y promoción a través de las TIC's de los destinos turísticos del Estado de Guanajuato, México”. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* no. 14, p. 101-117.
- MONTECINOS, A. (2013): *Definiciones Turismo Gastronómico: Planificación, productos, rutas*. 2017, de Centro Empresarial Gastronómico Hotelero. Disponible en:
<https://peregrinogastrofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismo-gastronomico/>
- MUÑOZ FERNÁNDEZ, G.A., URIBE LOTERO, C.P., PÉREZ GÁLVEZ, J.C. & RÍOS RIVERA, I.C. (2017): *Festivales gastronómicos y turismo en Latinoamérica. El Festival Raíces de Guayaquil, Ecuador*. Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade, 9(111), pp-356-376. DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v9i3p356>
- OMT (2017): *3er Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT (conclusiones)*. Recuperado de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/conclusiones_3er_foro_mundial_turismo_gastronomico_esp.pdf
- OSORIO, R., SERRANO, R. & ECHEVERRÍA, O. (2016): “Metodología para el diseño de Ruta Alimentaria en Zacazonapan, México; desde un enfoque de turismo rural”. *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas* 13, 4-25
- PATIÑO OSSA, G. (2012): *Fogón de negros. Cocina y cultura en una región latinoamericana*. Bogotá. Ministerio de Cultura.
- SECTUR (s/f): *Rutas gastronómicas*. Recuperado de <http://rutasgastronomicas.sectur.gob.mx/>
- SECTUR (2014): *Gastronomía mexicana*. Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/blog-de-la-secretaria/2014/09/05/gastronomia-mexicana/>
- SECTUR (2016): *Gastronomía, pilar del patrimonio cultural y la economía mexicana*: SECTUR. Recuperado de <https://www.gob.mx/sectur/prensa/gastronomia-pilar-del-patrimonio-cultural-y-la-economia-mexicana-sectur>
- SOSA TINOCO, M. M. (2016): *El aprovechamiento turístico del chocolate; una propuesta para un itinerario cultural*. Tesis de Maestría. Universidad de Girona.
- STOCK (s/f): *Vector de ilustración de cacao gráfico negro blanco aislado dibujo - ilustración Stock*. Recuperado de

<https://mx.depositphotos.com/140796664/stock-illustration-cocoa-graphic-black-white-isolated.html>

UNESCO (s/f): El cacao en América. Recuperado de http://www.lacult.unesco.org/cacao/menu_america_02.php?uid_ext=&getipr=&lg=1

WILCOX, DENNIS L.; CAMERON, GLEN T. (2006): *Public relations: strategies and tactics*. Boston: Pearson.

Referencias web

Bureo.com (2011): Tour de Chocolat: un dulce recorrido por el Este. Recuperado de <http://www.bureo.com.do/2011/07/01/tour-chocolate-dulce-recorrido-por-este>

Chocolate Academy: Centro de Formación. Recuperado de <http://www.chocolateacademy.com/es/es/17>

Chocolate Way (s/f): Investigación Científica sobre el chocolate y el cacao en Medicina. Recuperado de <http://www.thechocolateway.eu/es/ruta-del-cacao/actividades/cooperacion-en-materia-de-investigacion-y-desarrollo/investigacion-cientifica-sobre-el-chocolate-y-el-cacao-en-medicina/>

Climbing Venezuela (s/f): La ruta del cacao. Recuperado de <http://www.climbingvenezuela.com/es/content/sendero-turmero-chuao-la-ruta-del-cacao>

Globo.com (Marzo 31, 2012): "Capital del chocolate", Gramado lleva huevos gigantes y conejos a las calles. 10/07/2018, de Rio Grande del Sur Sitio web: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2012/03/capital-do-chocolate-gramado-leva-ovos-gigantes-e-coelhos-para-ruas.html>

La Razón (s/f): "Cocina latinoamericana, continente de sabores". Recuperado de <https://www.larazon.es/lifestyle/gastronomia/cocina-latinoamericana-continente-de-sabores-EM10941511>

México Desconocido (Diciembre 4, 2017): Ruta del Cacao al Chocolate: Haciendas La Campesina y De la Luz. Recuperado de <https://www.mexicodesconocido.com.mx/ruta-del-cacao-hacienda-campesina-de-la-luz.html>

NationalUniversityCollege (s/f): ¿Qué es la gastronomía molecular? Recuperado de <http://www.popac.edu/que-es-la-gastronomia-molecular/>

Publímetro (2016): Conoce la capital del chocolate artesanal. 10/07/2018, Recuperado de: <https://www.publimetro.com.mx/mx/estilo-vida/2016/06/06/conoce-capital-chocolate-artesanal.html>

The Chocolate Way (s/f): Investigación Científica sobre el chocolate y el cacao en Medicina. Recuperado de <http://www.thechocolateway.eu/es/ruta-del->

cacao/actividades/cooperacion-en-materia-de-
investigacion-y-desarrollo/investigacion-cientifica-sobre-
el-chocolate-y-el-cacao-en-medicina/

Tren Ecuador (s/f): Una ruta igual de irresistible que el
chocolate. Recuperado en [http://trenecuador.com/es/una-
ruta-igual-de-irresistible-que-el-chocolate/](http://trenecuador.com/es/una-ruta-igual-de-irresistible-que-el-chocolate/)

Visit Ecuador Travel (s/f): Rutas. Recuperado de
<https://visit.ecuador.travel/chocolate/rutas/>