



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

ESTUDIO DEL TURISMO GASTRONÓMICO
RESPONSABLE EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Trabajo Fin de Grado

Grado en Turismo

AUTOR/A: Turrión Martínez, Claudia

Tutor/a: Palomares Chust, Alberto Adrián

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

RESUMEN

El turismo es uno de los grandes motores económicos del mundo. Descubrir la gastronomía del destino que visitamos se ha convertido en un componente clave en el momento que decidimos a donde viajar.

Muchos países se identifican con algunos tipos de alimentos o platos tradicionales, surgiendo así el denominado “turismo gastronómico”. Las personas realizan actividades durante sus viajes basadas en el patrimonio cultural gastronómico, tanto material como inmaterial, en lugares distintos a su entorno habitual, con la finalidad de consumir y disfrutar diferentes experiencias gastronómicas.

Dentro del contexto turístico, en este caso gastronómico, se destaca la importancia del turismo sostenible, que trata de minimizar los impactos negativos del mismo en el ecosistema, la economía, la sociedad y la cultura del lugar en el que se desarrolla la actividad turística.

De manera que este estudio pretende, por una parte, analizar la relevante gastronomía de la Comunidad Valenciana, teniendo en cuenta la visión del turismo sostenible, y, por otra parte, se propondrán algunas acciones para difundir y promover este tipo de turismo en Valencia.

Palabras clave: gastronomía, turismo gastronómico, impacto ambiental, responsabilidad social, calidad certificada.

ABSTRACT

Tourism is one of the great economic engines of the world. Discovering the gastronomy of the destination we visit has become a key component when we decide where to travel.

Many countries identify with some types of food or traditional dishes, thus emerging the so-called “gastronomic tourism”. People carry out activities during their trips based on the gastronomic cultural heritage, both tangible and intangible, in places other than their usual surroundings, in order to consume and enjoy different gastronomic experiences.

Within the tourist context, in this case gastronomic, the importance of sustainable tourism stands out, which tries to minimize its negative impacts on the ecosystem, economy, society and culture of the place where the tourist activity takes place. So, this study aims, on the one hand, to analyse the relevant gastronomy of the Valencian Community, taking into account the vision of sustainable tourism, and, on the other hand, some actions will be proposed to disseminate and promote this type of tourism in Valencia.

Key words: gastronomy, gastronomic tourism, environmental impact, social responsibility, certified quality.

Índice del trabajo

1.	Introducción	3
2.	Objetivos	6
2.1.	Objetivo General.....	6
2.2.	Objetivos Específicos	6
3.	Metodología y problemas	7
4.	Fundamentos del Turismo Gastronómico Sostenible y/o Responsable	8
4.1	Conceptos	8
4.2	Características principales o ventajas	10
4.3	Perfil Turista Gastronómico Responsable	11
4.4	Ejemplos de Restaurantes	15
5.	Productos con calidad diferenciada y sus distintivos	19
6.	Marcas de calidad turística para establecimientos	32
7.	Propuestas de mejora	35
7.1	Desarrollo de la acción	37
7.2	Ejemplo de empresa para crear la web.....	38
7.3	Ejemplo de empresa que utiliza la tecnología Blockchain.....	39
8.	Conclusiones finales	41
	Bibliografía	42

Índice de figuras y tablas

Figura 1: Grado de influencia de la gastronomía en los viajes 2022	11
Figura 2: Motivación del turista gastronómico	12
Figura 3: Porcentaje sexo turista gastronómico	12
Figura 4: Rango edades turista gastronómico	13
Figura 5: Actividad profesional del turista gastronómico	13
Figura 6: Evolución disposición al gasto en restauración	14
Figura 7: Logo restaurante sostenible Azurmendi	15
Figura 8: Propietario del restaurante Azurmendi, Eneko Atxa	16
Figura 9: Huerta hortalizas y especias restaurante Azurmendi	16
Figura 10: Ricard Camarena	17
Figura 11: Platos del menú de Ricard Camarena Restaurant	17
Figura 12: Quique Dacosta	18
Figura 13: Denominación de Origen Protegida	20
Figura 14: Identificación Geográfica Protegida	26
Figura 15: Especialidad Tradicional Garantizada	29
Figura 16: Marca de Calidad CV	30
Figura 17: Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad Valenciana	31
Figura 18: Agricultura Ecológica	31
Figura 19: Marca L'Exquisit Mediterrani	32
Figura 20: Distintivo calidad Molt de Gust	34
Figura 21: Cadena alimentaria de suministro	35
Figura 22: Logo Trazable	39
Figura 23: Logo Sostvan	39

1. Introducción

El turismo, como fenómeno global, ha experimentado un crecimiento exponencial en las últimas décadas, convirtiéndose en uno de los pilares fundamentales de la economía mundial. Este fenómeno no solo implica el desplazamiento de personas de un lugar a otro, sino que conlleva una serie de interacciones complejas entre individuos, culturas y entornos naturales y urbanos.

España destaca sobre todo por un turismo de sol y playa, debido principalmente al espectacular clima que tiene durante el año, y que mucho turista busca durante sus períodos vacacionales. Además, se trata de un destino muy bien conectado, debido al alto número de conexiones entre los demás países.

Según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística sobre los Movimientos Turísticos en Fronteras (INE, 2024), España cerró el año 2023 con 85,1 millones de turistas internacionales recibidos lo que supone un 1,9% por encima que en el año 2019. Y con respecto a la Comunitat Valenciana, los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2023), muestran que en el año 2023 hubo más de 10,4 millones de turistas recibidos.

En estos momentos, existe una gran variedad en cuanto a tipos de turismo como son el turismo cultural, turismo rural, turismo de negocios, turismo de aventura, turismo de bienestar, entre otros, y que ya están presentes en la Comunitat Valenciana, además existen otras modalidades, como por ejemplo el turismo gastronómico, el cual es diverso y refleja la combinación de tradición, diversidad y calidad la cual la convierte en un destino atractivo para los amantes de la buena comida y cultura culinaria.

Según la Organización de Naciones Unidas del Turismo (ONU TURISMO, 2020), el turismo gastronómico se define como “un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. [...] también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina”.

En este proyecto, se analiza el turismo gastronómico responsable o sostenible. Por definición, el turismo sostenible significa que existe una responsabilidad económica, social y medioambiental por satisfacer las necesidades de los visitantes, del a industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas, según la Organización de Naciones Unidas de Turismo (ONU TURISMO, 2020).

El turismo sostenible no existiría sin el turismo responsable, debido a que la responsabilidad es la única forma posible de progresar hacia la sostenibilidad. Y eso es lo que se busca con este tipo de turismo.

Como dice J. Swarbrooke (Swarbrooke, 1999), “El turismo sostenible es turismo que es económicamente viable, pero que no destruye los recursos sobre los cuales el futuro del turismo dependerá, en particular el ambiente físico y el tejido social de la comunidad anfitrión”.

Las costumbres van cambiando, de igual manera que los gustos, todo está en constante cambio, y es por esto que tenemos que adaptarnos a las nuevas tendencias. Anteriormente se conocía a España en el sector turístico básicamente por ser un destino de sol y playa, y que recibía millones de turistas anualmente.

Ahora, España percibe un turista mucho más exigente, que ya no se conforma con el buen clima y unas bonitas playas, busca otro tipo de aspectos para que su experiencia sea mejor y más satisfactoria. El turista busca esa conexión con el lugar que visita, ya sea por motivaciones culturales como son las celebraciones propias del lugar o también el patrimonio, o también a través de su gastronomía.

Nuestro país cuenta con alrededor de 212 Denominaciones de Origen y 145 Indicaciones Geográficas protegidas (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2024).

Cuando se piensa en la sostenibilidad desde el punto de vista de la restauración cuesta imaginarlo, pero la Gastronomía Sostenible es sinónimo de cultura, cuidado del ambiente, identidad y beneficios económicos a las comunidades.

En el presente estudio se pretende, por una parte, analizar la relevante gastronomía de la Comunidad Valenciana, teniendo en cuenta la visión del turismo sostenible, y, por otra parte, se propondrán algunas acciones para difundir y promover este tipo de turismo en Valencia.

Consideramos importante realizar el análisis de este tipo de turismo, por la clara progresión que ha venido desarrollándose en los últimos años, como hemos expuesto anteriormente.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Este estudio tiene como objetivo principal, analizar el estado actual y la tendencia del turismo gastronómico sostenible en la Comunidad Valenciana.

2.2. Objetivos Específicos

En cuanto a los objetivos específicos, son los siguientes:

- Definir y contextualizar el turismo gastronómico sostenible en la Comunidad Valenciana.
- Identificar el perfil del turista gastronómico sostenible.
- Analizar las marcas de calidad de productos en la Comunidad Valenciana.
- Detallar los productos con denominación de origen e indicaciones geográficas protegidas.
- Proponer el uso de la tecnología Blockchain y su aplicación en la cadena de suministro.

3. Metodología y problemas

La metodología utilizada en esta investigación es una metodología cualitativa basada en la recolección y análisis de datos del tema objeto de este trabajo de final de grado.

Durante la realización del TFG, se ha comprobado que la disponibilidad de información sobre turismo gastronómico sostenible es variada. Mientras que existen estudios y datos sobre turismo y sostenibilidad por separado, la combinación de ambos conceptos aún no está ampliamente documentada, lo que ha supuesto un desafío.

Además, la falta de estudios específicos y detallados sobre este tipo de turismo ha requerido de una mayor búsqueda y consulta de fuentes primarias.

Para la realización de estudio de caso también se utilizan datos de sitios web, ya sea de instituciones turísticas oficiales y de marketing o de prestadores de servicios turísticos individuales.

Uno de los principales problemas que se han podido observar es la falta de actualización de la información sobre todo para analizar el perfil del turista gastronómico sostenible, pero también para saber con certeza cuales son los productos que a día de hoy tienen calidad certificada ya que por ejemplo, hace unos años el embutido de Requena tenía indicación geográfica protegida, pero ahora ya no está reconocido, al menos no aparece en el listado oficial del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

4. Fundamentos del Turismo Gastronómico Sostenible y/o Responsable

4.1 Conceptos

El turismo gastronómico ha experimentado un crecimiento significativo, destacándose como una modalidad turística que no solo busca el placer culinario, sino también promueve prácticas responsables y sostenibles.

En este contexto, es primordial comprender la estrecha relación entre los conceptos de sostenibilidad y responsabilidad, ya que ambos son fundamentales para el desarrollo de un turismo que respete tanto el medio ambiente como a comunidades locales.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2020), indican que la sostenibilidad conlleva realizar una actividad sin desaprovechar los recursos naturales y poder continuarla en un futuro sin perjudicar al medio ambiente, de manera que, la gastronomía sostenible es sinónimo de una cocina en la que se tiene en cuenta la procedencia de los ingredientes, de qué forma se cultivan y cómo llegan a nuestros mercados y, finalmente, a nuestros platos.

Por otro lado, la responsabilidad en este ámbito implica un compromiso ético por parte de todos los actores involucrados, desde proveedor de servicios hasta el turista. Por lo que ser responsable en el turismo gastronómico significa actuar de manera consciente y respetuosa, y fomentado un consumo que promueva el bienestar de las comunidades.

La relación entre sostenibilidad y responsabilidad es, por tanto, estrecha e independiente. Un turismo verdaderamente sostenible no puede existir sin una base de responsabilidad por parte de todos los participantes. Esta responsabilidad se traduce en acciones concretas que aseguran que el disfrute gastronómico no se haga a costa del medio ambiente ni de las comunidades locales, sino que contribuya a su prosperidad y preservación.

Desde la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 1946), y la Organización de

Alimentos y Agricultura (FAO, 1945) han trabajado de forma conjunta para divulgar al público los logros que atribuye la gastronomía en el desarrollo sostenible.

En diciembre de 2016, promulgado por la ONU, se designó el 18 de junio como el Día de la Gastronomía Sostenible para celebrar y reconocer a la gastronomía como una expresión cultural de la diversidad cultural y natural del mundo. Debido a la pandemia actual de COVID-19, la gastronomía sostenible celebra los ingredientes y productos de temporada y colabora con la conservación de la naturaleza y las costumbres culinarias. El objetivo de destinar este día es para crear conciencia en que debemos adquirir unos nuevos hábitos alimenticios, y que ayuden no sólo a la prosperidad y salud de la población, sino además a su protección y conservación de los recursos que provienen de la tierra.

¿Qué es el turismo gastronómico sostenible o responsable?

“Personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentadas en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementaria” (Torres, 2020).

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2017), se afirma que se desaprovecha una tercera parte de los alimentos producidos, y que para el año 2050 seremos una población de 9 millones de personas a las que habrá que alimentar, por lo que debería ser de vital importancia consumir alimentos locales y que se han producido de manera responsable o sostenible.

4.2 Características principales o ventajas

Nuestro planeta está pasando por muchas dificultades en la actualidad, como son los cambios climáticos, enfermedades, problemas con el empleo, y otros tantos problemas, y esto significa que tenemos que ser conscientes y cambiar la visión de todos los seres humanos para así pensar en un futuro mejor para generaciones futuras y poder disfrutar del planeta y de todos los recursos que nos puede aportar.

La gastronomía sostenible puede ser un incentivo para la mejora de las condiciones actuales de nuestro planeta, y de esta manera intentar mejorar las condiciones de este.

Algunas de las características principales o ventajas serían las siguientes:

- Reducción de los gases efecto invernadero y recursos utilizados para transportar los alimentos.
- Protección de los pequeños productores.
- Contribución a lograr los objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030 (Naciones Unidas, 2022).
- Se fomenta el uso de energía limpia en establecimientos, como gas natural o electricidad.
- Mayor cultura gastronómica con respecto a la tierra y la alimentación.
- Preservación de los recursos naturales del planeta a través de procedimientos agrícolas responsables.
- Mejora de la nutrición de las personas, ya que habitualmente se suelen alimentar a base de productos químicos o procesados, los cuales son los causantes de muchas enfermedades.

En definitiva, la Gastronomía Sostenible es aquel sector de la gastronomía en el que los productos consumidos, además de ser en su mayoría ecológicos, han sido producidos por empresas que gestionan su actividad de acuerdo con el principio fundamental del Desarrollo Sostenible (ONU TURISMO, 2020), es decir, tienen en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas,

sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

4.3 Perfil Turista Gastronómico Responsable

En el IV Estudio de la Demanda de Turismo Gastronómico en España (Dinamiza Asesores, 2022), realizado conjuntamente por la Comunidad de Madrid y Dinamiza Asesores¹, se ha analizado la demanda de turismo gastronómico en España con una muestra de 1000 personas encuestadas. A partir de los datos que aporta este estudio podemos conocer las características de quienes buscan turismo gastronómico en España y así determinar su comportamiento a la hora de viajar o estar de vacaciones. También, nos sirve este estudio para determinar el grado de influencia de la gastronomía en la demanda nacional.

Las encuestas fueron realizadas entre septiembre y noviembre de 2022 a personas residentes en España.

Por una parte, los viajeros que realizan esta encuesta opinan con un 23,8% que la gastronomía del destino es muy importante para ellos, suele ser el motivo principal de sus viajes. Con un 65,1% responden que es bastante importante para ellos, aunque no el más importante motivo para elegir un destino, y por último, con un 11,1% opinan que influye poco en la decisión de elegir un destino para viajar.

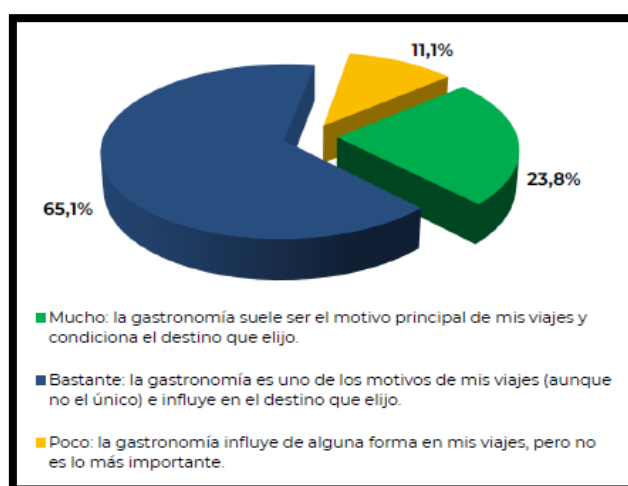


Figura 1: Grado de influencia de la gastronomía en los viajes 2022

¹ Dinamiza Asesores, empresa especializada en el sector turístico con amplia experiencia en el ámbito del turismo gastronómico y el enoturismo, cuenta con más de 15 años de experiencia en labores de planificación, marketing y creación de producto gastronómico.

Asimismo, se muestran las motivaciones por las cuáles el turista gastronómico decide realizar este tipo de viajes, que son con un 67,8% debido a que disfrutan de platos tradicionales y productos de otras regiones, con un 46,2% porque quiere visitar un restaurante específico, un mercado, una bodega, etc, y con un 43,2% es para pasar tiempo con familia o amigos en torno a una buena mesa.

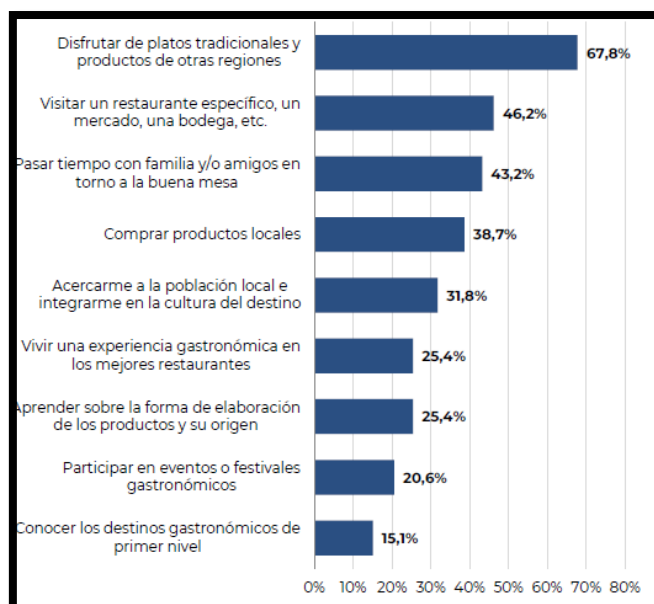


Figura 2: Motivación del turista gastronómico

Como podemos apreciar en las dos siguientes figuras, el perfil del viajero gastronómico en España corresponde mayoritariamente a una mujer con un 55,4% y con un rango de edad comprendida entre los 46 y 55 años, con un 33,6%. El grupo que ronda las edades a partir de los 55 años, también denominado como turismo *silver*, busca gozar de viajes gastronómicos como una manifestación de la cultura del sitio que visita.

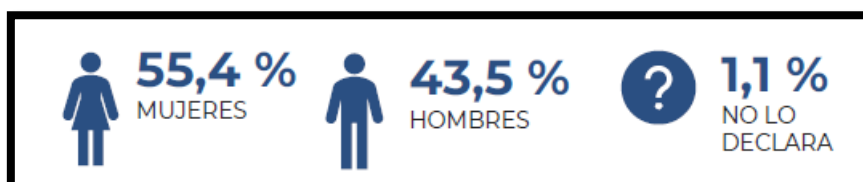


Figura 3: Porcentaje sexo turista gastronómico

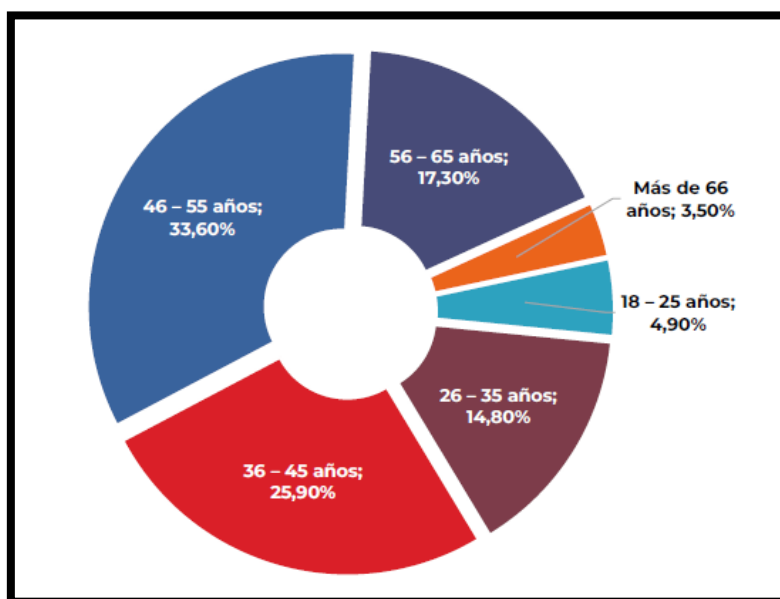


Figura 4: Rango edades turista gastronómico

Con respecto a la actividad profesional del turista, la figura 5 muestra que habitualmente se trata de personas que se encuentran trabajando, empleados (23,8%), funcionarios (21,4%), mandos intermedios (16,6%), técnicos superiores (12,6%), profesiones liberales (9,4%) y altos directivos (5%). Se aprecia que la demanda de turismo gastronómico corresponde a un segmento de público con un poder adquisitivo entre medio y medio-alto.

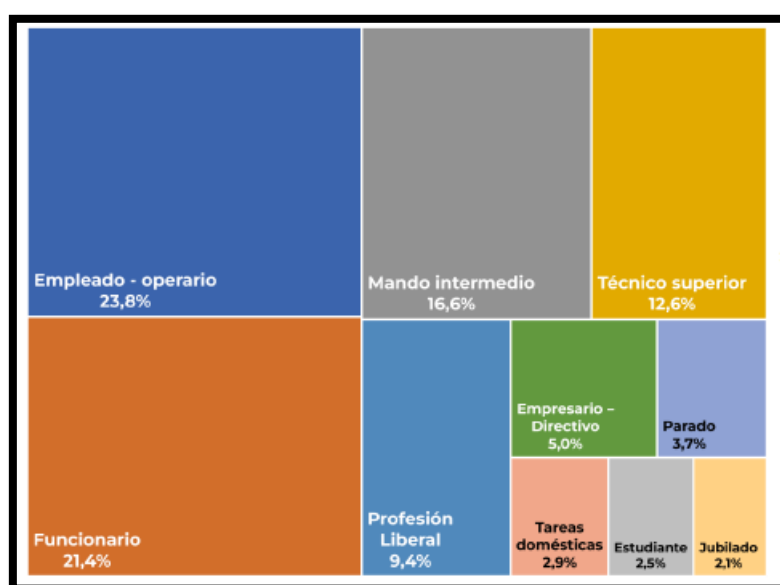


Figura 5: Actividad profesional del turista gastronómico

Por último, en cuanto al gasto en restauración, se puede distinguir un aumento entre 2019 y el 2022 en todas las categorías. La cantidad mayor que el turista gastronómico está dispuesto a pagar es el menú degustación, siendo de 57,4€. Aunque la opción de comer de carta aumenta hasta 45,5€.

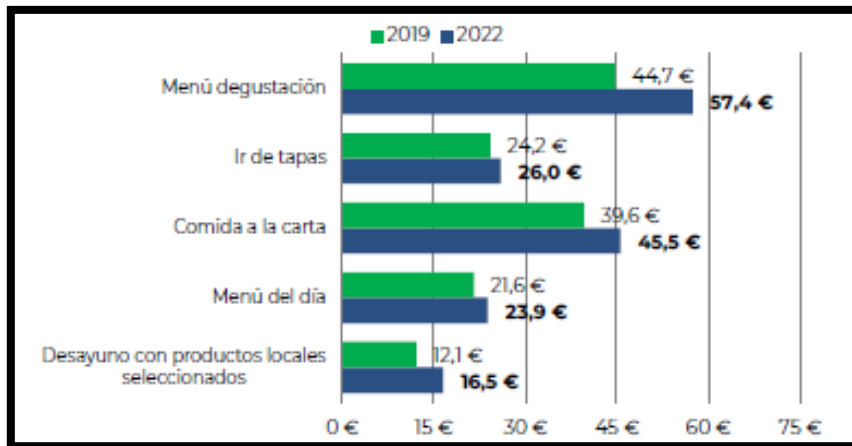


Figura 6: Evolución disposición al gasto en restauración

4.4 Ejemplos de Restaurantes

Para poder llegar a entender mejor en la práctica cuál sería un referente en cuanto a restaurantes sostenibles, a continuación, se expone el ejemplo más claro de restaurante sostenible de España.

Ubicado en Larrabetzu (Bizkaia) e incorporado en la falda de una colina plantada con un viñedo propio de la zona, encontramos al restaurante Azurmendi², el cual se le atribuyó el título como el restaurante más sostenible según “The World’s 50 Best Restaurants 2018”, ya que han hecho un tremendo esfuerzo por incorporar los principios de desarrollo sostenible tanto en sus instalaciones como en las operaciones que desarrollan. Este restaurante comienza su actividad en el 2005, y con el paso de los años se les van atribuyendo más y más premios como, por ejemplo, 3 estrellas Michelin, “Q” de Calidad Turística por su labor empresarial y el Puesto 14 en la lista del ranking mundial The World’s 50 Best Restaurants.



Figura 7: Logo restaurante sostenible Azurmendi

² Restaurante Azurmendi.

Fuente: < <https://azurmendi.restaurant/restaurante-sostenible/> >

¿Por qué se considera a este restaurante como sostenible?

En este negocio se han establecido una serie de tecnologías más avanzadas para conseguir que tanto el edificio como las operaciones que realizan sean sostenibles. Y son las siguientes:

- Se reutiliza el agua de lluvia para regar en la huerta, para los invernaderos, los inodoros, etc.
- Se aprovecha la luz solar para disminuir el consumo de luz artificial.
- Se controlan los grados (°C) y la ventilación para así minimizar la necesidad de aclimatación.
- Se producen energías renovables para así utilizarlas en el restaurante.
- Se produce una parte de las verduras y especias que se usan en la cocina, tienen invernadero y se han plantado más de 800 árboles.
- Tienen tomas eléctricas para recargar vehículos eléctricos.



Figura 8: Propietario del restaurante Azurmendi, Eneko Atxa

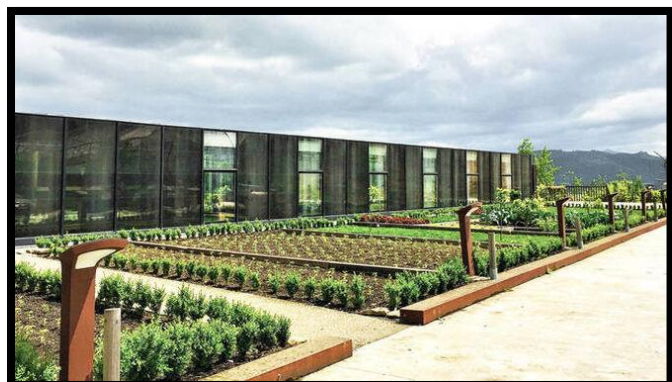


Figura 9: Huerta hortalizas y especias restaurante Azurmendi

El Ricard Camarena Restaurant, situado en el Bombas Gens Centro de Arte (Av. Burjassot, Valencia), es un restaurante considerado sostenible ya que, está ubicado en un edificio con innovaciones sostenibles por el empleo de energía geotérmica y el aprovechamiento del agua de lluvia, además usa habitualmente la leña en el cocinado. Y también recicla los residuos.

Se trata de un restaurante el cual utiliza los productos de temporada, y compra producto de km 0, en establecimientos muy cerca del restaurante, también compra producto de la Lonja, el aceite de oliva y vino es de la Comunidad Valenciana. Está involucrado en la relación con el agricultor y el producto que ellos cultivan, y que después él adquiere, para así tener una materia prima única.

En la ciudad de Valencia, también cuenta con “Canalla Bistro”, “HABITUAL” y “Central Bar”, y en el 2017 inauguró en Platea Madrid el “Canalla Bistro Madrid”.

Cuenta con 2 Estrellas Michelin, y 3 Soles Repsol.



Figura 10: Ricard Camarena



Figura 11: Platos del menú de Ricard Camarena Restaurant

Por otra parte, en Valencia también contamos con los restaurantes de Quique Dacosta, el cual desarrolla su carrera profesional como cocinero desde 1986, de origen extremeño y valenciano de adopción. Actualmente, tiene 3 Estrellas Michelin, y continúa en la lista de los 50 mejores restaurantes del mundo por la prestigiosa revista *“The Restaurant”*. Además, tiene otros restaurantes situados en Valencia, *“Vuelve Carolina”*, *“Llisa Negra”*, *“El Poblet”* y el *“Mercatbar”*.

En los restaurantes de Quique Dacosta apuestan y tienen un gran compromiso con la cocina responsable, siente especial preocupación con el medio ambiente.



Figura 12: Quique Dacosta

5. Productos con calidad diferenciada y sus distintivos

Según el informe realizado por la Conselleria de Agricultura, Medio ambiente, cambio climático y desarrollo rural en la Comunidad Valenciana (Consellería de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural, 2017), uno de los puntos fuertes del sector agroalimentario es la calidad y variedad constante de la oferta durante todo el año.

Es importante promover esto no sólo como un factor económico sino también como un medio de desarrollo rural, conservación y reconocimiento de nuestro patrimonio y tradiciones. También debemos comprender la necesidad de preservar y proteger el medio ambiente natural para avanzar hacia opciones de producción más sostenibles y un sistema sostenible en todos sus aspectos sociales, económicos y ambientales.

En este ámbito, no podemos olvidar la importancia que tienen las figuras de calidad agroalimentaria diferenciada, sobre todo las denominaciones de origen protegidas y las indicaciones geográficas protegidas, junto con nuestra producción ecológica.

En el campo de la agricultura ecológica, la legislación de la Unión Europea protege las prácticas de producción de alimentos preservando al mismo tiempo los ciclos naturales de los sistemas agrícolas y agroalimentarios y minimizando el impacto de las actividades en el medio ambiente.

La Comunidad Valenciana cuenta con 24 figuras de calidad diferenciada reconocidas y certificadas por la Unión Europea, entre ellos 15 son denominaciones de origen protegidas y 9 indicaciones geográficas protegidas.

Además, hay que añadir la agricultura ecológica y los referentes de proximidad, amparando diferentes productos: vinos, frutas y hortalizas, bebidas espirituosas, turrón y tubérculos.

A continuación, se va a primeramente definir cada figura de calidad agroalimentaria diferenciada en la Comunidad Valenciana, y después mostrar de cada figura qué productos existen que tengan estas certificaciones.

- **Denominación de Origen Protegida (DOP)**

Según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN, 2024), los productos DOP son aquellos cuya calidad o características dependen de factores naturales y humanos del medio geográfico y cuya producción, transformación y elaboración tienen lugar siempre en una determinada zona geográfica que ostenta esta denominación. Se ha comprobado que un producto acreditado como DOP tiene unas características determinadas y diferenciadoras que únicamente son viables debido al medio ambiente y a los conocimientos de los productores de la zona. Los productos que están amparados por este distintivo de calidad, se reconocen por el siguiente logo.



Figura 13: Denominación de Origen Protegida

En las siguientes tablas, se muestran las diferentes denominaciones de origen protegido en la Comunitat Valenciana.

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS (DOP)	
Aceite de la Comunitat Valenciana	Vinos Alicante
Granada Mollar de Elche (Alicante)	Nísperos – Callosa d’En Sarrià (Alicante)
Uva de mesa embolsada del Vinalopó (Alicante)	Alcachofa Benicarló (Castellón)
Arroz de Valencia	Vinos Utiel - Requena (Valencia)
Chufa de Valencia	Kaki Ribera del Xúquer (Valencia)
Vino de pago Vera de Estenas	Valencia
Vino de pago Los Balagüeses	Vino de pago Chozas Carrascal
Vino de pago El Terrerazo	

LOGO DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS (DOP)			
			
			
			

- ***Aceite de la Comunitat Valenciana (CRDOP)***: El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida del aceite de la Comunidad Valenciana se origina con el objetivo principal de mantener el mercado enterado de las singularidades y características de los aceites, y para certificar una oferta válida a la demanda. En la comunidad se cultivan variedades propias de la zona que no existen en otros lugares, por eso hace que los aceites sean únicos. Su objetivo es, por una parte conseguir el poder técnico sobre las bases primordiales que son la confidencialidad, rigurosidad, autonomía y objetividad, por otra parte, la promoción de los aceites de la Comunitat Valenciana, además, además brindar un servicio de calidad al cliente que suponga una certificación del producto para así incentivar la prosperidad de sus procesos y su valor de la venta de los productos, y por último, comunicar las nuevas carencias del mercado hacia el sector del aceite de oliva.

- ***Vinos de Alicante (CRDOP)***: Hay una gran variedad de vinos, pero los más destacados son los siguientes. Por una parte, está el vino negro “de monastrell”, con un color muy intenso y aromas afrutados, de los cuales se han desarrollado diferentes variedades como “Alacant Bouschet”, bobal, cabernet, syrah...

Por otra parte, en cuanto a vino blanco está el “moscatell”, denominada como la reina de la expresión mediterránea, más fino. Se han desarrollado otras variedades en blancos secos, más dulces como la mistela, también otros vinos más espumosos.

Además, el Fondillón de Alicante, es considerado como una joya enológica debido a que la cría de la viña se hace sin ningún tipo de aditivos, mediante una fermentación natural de levaduras, durante un mínimo de 10 años, y este proceso hace que sea un producto único.

De esta manera, la zona con mayor producción enológica de la Comunidad Valenciana, y se registran en su clasificación vinos veganos, biodinámicos, de parajes específicos y parques naturales.

- ***Granada Mollar de Elche (DOP)***: Acoge a 40 localidades de las comarcas de Alicante del Baix Vinalopó, Alicantí y la Vega Baixa. Estas tierras tienen un clima privilegiado, un suelo fértil y cuenta con la experiencia de sus agricultores para así conseguir las mejores frutas de este árbol. Se distingue por su dulzor, el color exterior es muy intenso, y la semilla es blanda y se puede comer perfectamente. Tiene unas particularidades únicas, considerada como una de las mejores granadas del mundo.
- ***Nísperos Callosa d'en Sarrià (CRDOP)***: El trabajo principal del Consejo Regulador es principalmente el control de la calidad del producto y cómo se promociona este tipo de fruta, ya que es la principal fuente económica de muchas familias de la comarca. Aunque el níspero es originario de China, se cultiva en la provincia de Alicante, en la comarca de la Marina Baixa, en la zona de Callosa d'en Sarrià. Todos los procesos que envuelven al cultivo de los nísperos se realizan de forma manual, sin ningún tipo de mecanismo, de esta manera se mantienen las cualidades nutricionales. Tiene un sabor dulce con un toque ácido y se puede disfrutar en la primavera.
- ***Uva de mesa embolsada del Vinalopó (CRDOP)***: El Consejo Regulador vela por la calidad y promoción de la uva de mesa con este sello. Esta increíble fruta crece protegida bajo una bolsa de papel que protege los granos, a diferencia de otro tipo de uva. Este sistema ofrece unas características físicas y gastronómicas espectaculares. Tiene una piel más fina y una coloración más lisa, ya que no tiene que defenderse de las agresiones del clima como la lluvia, el sol o el viento.
- ***Alcachofa de Benicarló (CRDOP)***: Su zona de producción se sitúa en el norte de la provincia de Castellón, en la comarca del Baix Maestrat, en los municipios de Calig, Benicarló, Peñíscola y Vinarós. Debido al mar Mediterráneo que baña las costas hace un efecto muy positivo en estas tierras, preservándolas de fuertes variaciones térmicas y ofreciendo inviernos moderados permitiendo que ésta desarrolle unas características

especiales de forma natural. La temporada en la que se cultiva la alcachofa es desde el mes de octubre al de junio.

- **Arroz de Valencia (CRDOP):** Históricamente Valencia es la primera zona española en cultivar arroz. Esta elaboración se ha pasado de generación en generación hasta conseguir un producto el cual aporta a los platos un sabor original. Es un producto que mantiene de manera activa una sociedad y un ecosistema. Hay varios tipos de arroz que se cultiva en Valencia, existe el Senia, Albufera y el Bomba. El origen del cultivo es el Parque Natural de la Albufera.
- **Chufa de Valencia (CRDOP):** La chufa es un tubérculo que necesita de unas condiciones climáticas especiales para su cultivo, esto hace que tan solo halla 19 municipios de Europa en los que se cultive, y todos ellos están en la zona norte de Valencia. La chufa tiene propiedades digestivas muy saludables debido a su alto contenido en almidón y aminoácidos. También es rica en minerales como el fósforo, magnesio, potasio y hierro, no contiene gluten ni lactosa y tienen una gran cantidad de fibra. Es buena para mujeres embarazadas, vegetarianos, niños y adolescentes, celíacos, intolerantes a la lactosa, personas con colesterol o triglicéridos y para personas hipertensas.
- **Kaki Ribera del Xúquer (CRDOP):** El kaki se comenzó a cultivar en China, Japón y Corea a principios del siglo VII, donde hay reconocidas más de 2000 variedades. A partir del siglo XX surge una nueva variedad de kaki autóctono en la Ribera del Xúquer, en Valencia, que ha supuesto una revolución en el cultivo y su comercialización se ha llevado a cabo tanto en nuestro país como en el exterior, la variedad “Rojo Brillante”. Se le ha dado un nombre a la marca de este kaki, marca “Persimon”. Tiene la piel y el interior de color naranja, por su consistencia es muy fácil de pelar y cortar, es parecido a una manzana o un melocotón.

- **Utiel-Requena (CRDOP):** El Consejo Regulador de la DOP Utiel-Requena, certifica los productos inscritos y los vinos que se distribuyen, que cumplen los requisitos que marca el certificado de calidad de la Denominación de Origen. Ocupa 35.000 hectáreas de viñedos y abarca nueve localidades, Caudete de las Fuentes, Requena, Siete Aguas, Fuenterrobles, Sinarcas, Utiel, Villagordo del Cabriel y Venta del Moro. Más de 6.000 familias son las que se dedican a la vitivinicultura, por ello es que el vino es el principal motor de la economía de este lugar. Se suelen hacer los vinos con la variedad Bobal, que ocupa un 75% de la superficie total del viñedo. Otras variedades que se cultivan son el Tempranillo, Merlot, Syrah, Macabeu, Sauvignon Blanc, Verdejo y Moscatel de grano pequeño, entre otras.
- **Valencia Denominación de Origen (CRDOP):** El Consejo Regulador de Vinos de la Denominación de Origen Protegida Valencia, tiene como principal objetivo certificar y proteger el origen y calidad de los vinos que abarca, revisando la producción, promoción y propagación del entendimiento de la calidad.
- **Vinos de pago:** Se trata de un tipo de Denominación de Origen Protegida española para vinos que garantiza la procedencia de las uvas y el vino de un pago³ determinado con unas características específicas. Es decir, cuando en una finca o terreno concreto existe un microclima particular y una composición del terreno específica que la diferencian y distinguen de otras zonas de su entorno (WIKIPEDIA, 2022). Los vinos que componen esta denominación son DOP Chozas Carrascal, DOP El Terrerazo, DOP los Balagueses, y DOP Vera de Estenas.

³ Paraje o sitio rural.

- **Indicación Geográfica Protegida (IGP)**

Un producto con Indicación Geográfica Protegida (IGP) tiene determinadas cualidades, reputación u otras características asociadas a su origen geográfico y se produce, transforma o elabora en la zona geográfica específica de la que toma su nombre. su producción, conversión o preparación se realice en un territorio delimitado.

Se pueden reconocer los productos con Indicación Geográfica Protegida con el siguiente logo.



Figura 14: Identificación Geográfica Protegida

A continuación, se van a mostrar en una tabla los diferentes identificativos geográficos protegidos que hay en la Comunidad Valenciana.

PRODUCTOS IDENTIFICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA	
Cítricos Valencianos	Cerezas de la montaña de Alicante
Castellón	Jijona y turrón de Alicante
Bebidas Espirituosas Tradicionales de Alicante	Bebida espirituosa Herbero de la Serra de Mariola
Bebida espirituosa Cantueso alicantino	Bebida espirituosa Anís Paloma de Monforte del Cid
Bebida espirituosa Aperitivo Café de Alcoy	

IDENTIFICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA		
		
		

- Cítricos Valencianos:** Se trata de un distintivo de calidad el cual mediante un consejo regulador se certifica los cítricos cultivados en la Comunidad Valenciana, que son las mandarinas, las naranjas y los limones, y que cumplen las condiciones establecidas, tanto de calidad como de origen. También tienen campañas de promoción con el objetivo de conocer su labor, dirigidas a consumidores y profesionales de distribución.

- **Cerezas de la montaña de Alicante:** Esta producción de cerezas en la montaña de Alicante es la más importante de la provincia, esta zona tiene unas características agroclimáticas especiales para su cultivo. Anualmente la producción de cerezas en esta zona fluctúa entre 1.5000.000 y 4.000.000 kilos. Su recolección se realiza más o menos entre principios de abril y finales de julio.
- **IGP Castellón:** Se trata de una figura de calidad que acoge a todos los vinos que se han obtenido completamente de la uva cultivada en las áreas de Alto Palencia-Alto Mijares, San Mateo y las Useras-Vilafamés. Con esta figura se garantiza el origen y se garantiza la seguridad y la cualidad de los vinos.
- **Xixona i Torró de Alicante:** Los objetivos del Consejo Regulador de esta figura de calidad son la de representar, proteger, garantizar y promover los productos acogidos bajo sus indicaciones geográficas, en los correspondientes mercados de desarrollo. Estos productos como son el turrón de Alicante y el turrón blando de Xixona, tienen más de cinco siglos de historia, se ha heredado de generación en generación la capacidad de elaboración de estos turrones de manera tradicional, con técnicas y útiles autóctonos. El motivo porque hace estos turrones únicos es por la utilización de ingredientes naturales de las variedades más selectas del mercado, las técnicas de elaboración y utensilios tradicionales, y el buen acabado final del producto.
- **Bebidas espirituosas tradicionales de Alicante:** Se trata de bebidas derivadas de alcoholes naturales idóneos para el consumo una vez acabado el proceso de elaboración. Estas bebidas tienen características únicas debido a la diversidad de tierras y hierbas aromáticas de la provincia de Alicante. El herbero de la Serra de Mariola, se trata de una bebida que define perfectamente lo variada que es esta provincia en cuanto a hierbas aromáticas. Tiene salvia, manzanilla, poleo, hierba luisa, menta, anís, melisa, tomillo, hinojo, entre otras. El cantueso alicantino, es un licor obtenido a partir de la destilación del Cantueso, una planta que se

recoge cuando más flores tiene entre mayo y junio. El Anís Paloma de Monforte del Cid, es una bebida espirituosa anisada, la cual se obtiene a partir de las semillas del anís. Y, por último, el aperitivo café de Alcoy, es una bebida que se obtiene de la maceración del café tostado natural de la variedad Arábica.

- **Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG):**

La Especialidad Tradicional Garantizada (ETG) son productos con características especiales que los distinguen de otros productos alimenticios de la misma categoría, productos provenientes de materias primas tradicionales o bien presentan una composición, modo de producción o transformación tradicional.



Figura 15: Especialidad Tradicional Garantizada

- **Marca de Calidad CV**

Esta marca de calidad la cual pertenece a la Generalitat Valenciana y está gestionada por la Consellería experta en la rama de la agricultura, tiene la finalidad de garantizar la calidad singular de los productos agrarios y agroalimentarios, la oportunidad de poder distinguir su oferta, con unas normas de calidad, productos de unas cualidades especiales, y además atribuir unos distintivos a los productos por haber sido elaborados con unas técnicas que hacen que resalten unas características apreciadas.



*Figura 16: Marca de Calidad
CV*

- **Agricultura Ecológica (AE)**

Este distintivo de calidad certifica que los productos se han producido o elaborado siguiendo unas normas de agricultura ecológica, i que además han sido examinados durante todo el proceso, ya sea de producción, elaboración, empaquetado y de distribución.

Se trata de una manera de producción alimentaria la cual se da importancia y protege los ciclos naturales de los alimentos, reduciendo al máximo los impactos que su cultivo tiene sobre el medio ambiente y la salud de las personas. Algunos de sus principios son los siguientes:

- Rotación de cultivos para evitar el empobrecimiento nutricional del suelo de cultivo.
- Impulsar las especies de plantas y animales autóctonas.
- Los animales se crían en un medio al aire libre y su alimentación se basa en productos orgánicos, y con prácticas adecuadas a las diferentes especies.

La Comunidad Valenciana ha sido precursora desde los inicios de la década de los 80 en España y en Europa, tanto en la práctica como en la distribución del cultivo ecológico. Nuestra zona se considera de gran potencial debido a las condiciones naturales del territorio. Gran diversidad y calidad de los cultivos.



Figura 18: Agricultura Ecológica



Figura 17: Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad Valenciana

6. Marcas de calidad turística para establecimientos

¿Existe actualmente alguna marca turística para reconocer y certificar la calidad del turismo gastronómico sostenible en la Comunidad Valenciana?

L'Exquisit Mediterrani, existe desde el año 2020 una marca gastro turística para identificar y unir la oferta de turismo gastronómico en la Comunidad Valenciana. El nombre de la marca es, (L'Exquisit Mediterrani, 2019).



Figura 19: Marca L'Exquisit Mediterrani

El objetivo de esta marca es, por una parte, mejorar la identidad de la oferta turística gastronómica propia de la comunidad, que sea de calidad y diferenciada por parte de la demanda turística, y, por otra parte, potenciar la competitividad del producto turístico gastronómico enfocándose mejor en las tácticas, los atractivos y los programas públicos de promoción hacia las empresas. Leer bien y transcribir

Esta marca se encargará de agrupar tanto a personal privado como público en un sistema colaborativo para mantener y promover la gastronomía mediterránea.

Se podrán añadir a esta marca aquellos agentes que fomenten acciones en los ámbitos siguientes:

- Iniciativas empresariales para crear productos y servicios gastro turísticos.
- Promoción y marketing gastro turístico.

- Estudio, investigación y formación en gastronomía, agroalimentación y turismo.
- Protección de nuestra gastronomía como hábito social y sostenible, relacionada con la forma de vivir y la hospitalidad que representa la zona mediterránea.

Además, se organiza mediante un Consejo de Gobernanza para el intercambio de ideas, propuestas y opiniones sobre las líneas de actuación. El consejo está formado por cocineros y restaurantes, empresas turísticas de producto gastronómico, destinos y marcas gastro turísticas, universidades y centros de investigación, federaciones municipales y provinciales, entre otros.

El logo o marca promocional está pensada a partir de los colores de la palmera, y va asociada a los valores de la dieta mediterránea y la hospitalidad, como características especiales y diferenciadoras de esta destinación, la Comunidad Valenciana. De ahí el nombre de “L’Exquisit Mediterrani”, destaca el valor de la gastronomía valenciana hablando de lo más exquisito del Mediterráneo.

La marca sirve como distinción entre las empresas, productos y servicios que acojan los requisitos de calidad y autenticidad determinados. Para poder obtener este sello, será imprescindible que la experiencia gastronómica que se vaya a ofrecer, atraiga al turista.

De manera que, con este sello lo que se intenta es preservar los valores y promover las recetas y productos propios o autóctonos de nuestra zona, como las tradiciones.

Marca “**Molt de Gust**” es la marca colectiva de promoción agroalimentaria creada por la Conselleria de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalitat Valenciana para fomentar la promoción, el posicionamiento comercial y el consumo de los productos de calidad diferenciada y ecológicos, proteger el patrimonio de nuestros productores e impulsar una cocina de producto y de relato.

Utilizan el eslogan “Cuando nuestra gente da lo mejor, nuestra tierra ofrece lo mejor”, busca dar visibilidad y promover el consumo de las figuras de calidad agroalimentaria diferenciada reconocidas por la Unión Europea.

Además, en su distintivo emplean un corazón, el cual garantiza el origen y la singularidad de productos agroalimentarios, vinos y bebidas espirituosas ligados a un territorio único.



Figura 20: Distintivo calidad Molt de Gust

7. Propuestas de mejora

En un contexto en el que la transparencia y la sostenibilidad son cada vez más valoradas, la tecnología Blockchain se presenta como una solución innovadora y efectiva para mejorar la trazabilidad en las cadenas de suministro. Esta tecnología permite registrar y verificar cada etapa del proceso de producción y distribución de los productos gastronómicos, garantizando su autenticidad y origen. En el turismo gastronómico responsable, la aplicación de esta tecnología, no solo ayuda a fomentar prácticas sostenibles, sino que también aumenta la confianza del consumidor en los productos ofrecidos.

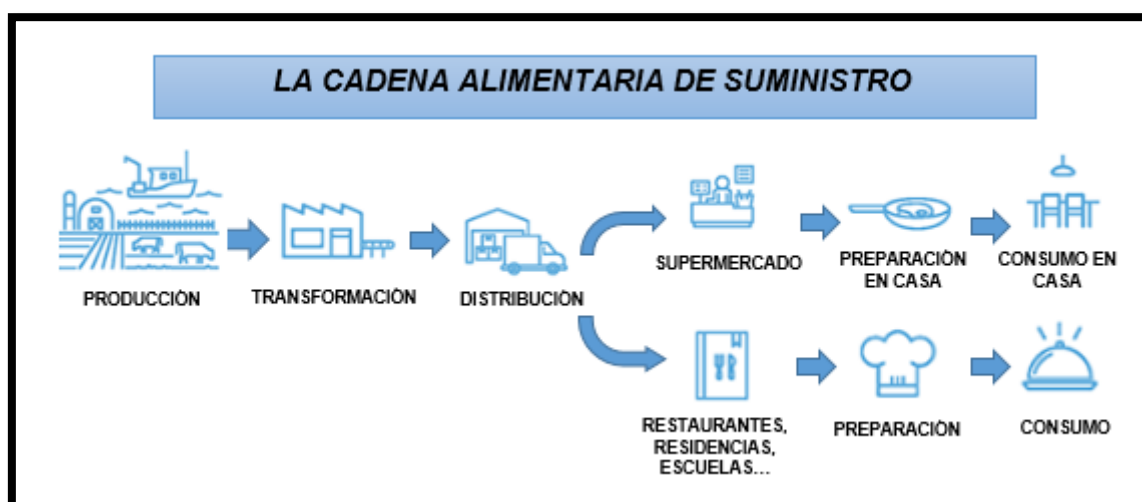


Figura 21: Cadena alimentaria de suministro
Fuente: Propia

Esta tecnología puede proporcionar trazabilidad, transparencia y confianza en la cadena de suministro de productos gastronómicos, beneficiando tanto a productores locales como a los consumidores y turistas.

El Blockchain es una tecnología que permite almacenar información de manera segura y transparente en una red descentralizada. La información se distribuye en múltiples nodos en la red, en lugar de un único lugar. Cada nuevo bloque de información está enlazado con el anterior, creando una cadena de bloques. En el contexto de la cadena de suministro alimentaria, blockchain se utiliza para crear un registro inmutable, es decir, que no se puede ni modificar ni eliminar de forma retroactiva, y transparente de todas las transacciones y acontecimientos

relacionados con los alimentos, desde la producción hasta la entrega al consumidor final.

Las características principales son las siguientes:

- **Descentralización:** En lugar de tener un único punto de control, la información se distribuye en una red de nodos, esto hace que se elimine la necesidad de una autoridad central y así, la red sea resistente a fallos y ataques.
- **Inmutabilidad:** Una vez se ha registrado una transacción en la blockchain, es casi imposible modificarla o eliminarla, esto asegura la integridad y confianza en la información almacenada en la blockchain.
- **Transparencia:** La información es accesible para todos los participantes de la red.
- **Seguridad:** Utiliza criptografía avanzada para proteger la integridad y confidencialidad de los datos.
- **Consenso:** Para añadir nuevas transacciones, los nodos de la red deben llegar a un acuerdo a través de un proceso conocido como consenso, esto asegura que todas las copias estén sincronizadas y que no haya discrepancias entre los participantes.
- **Eficiencia:** aunque puede haber costos asociados con la validación y el mantenimiento, la tecnología puede mejorar la eficiencia al reducir la necesidad de intermediarios y simplificar los procesos de registro y verificación de transacciones.

Los usuarios que pueden subir o añadir información, podrán incluir:

- **Productores y agricultores locales:** Siguen prácticas agrícolas sostenibles y ofrecen productos frescos y de calidad, podrían añadir información sobre sus productos, métodos de cultivo y certificaciones de sus productos.
- **Restauradores y chefs:** Estos utilizan ingredientes locales y sostenibles en sus platos, pueden subir información sobre sus prácticas de abastecimiento, menús y colaboraciones con proveedores locales, esto

ayudaría a identificar restaurantes comprometidos con la sostenibilidad gastronómica.

- Organizaciones y asociaciones: Podrán subir información obre eventos, actividades, rutas gastronómicas y programas educativos relacionados con la gastronomía local y sostenible.
- Turistas y consumidores: Descubren experiencias gastronómicas sostenibles durante sus viajes, y podrían contribuir a la blockchain compartiendo reseñas, recomendaciones, experiencias culinarias que hayan disfrutado.
- Entidades gubernamentales y reguladoras: Podrían proporcionar información sobre regulaciones, políticas y estándares relacionados con la sostenibilidad en la industria gastronómica, así como productos locales y certificaciones de calidad.
- Expertos y educadores: Contribuyen con información educativa y análisis sobre prácticas sostenibles, impacto ambiental y mejores prácticas para promover el turismo gastronómico responsable y sostenible.

A partir de todas estas colaboraciones en la blockchain, se puede crear una plataforma colaborativa que fomente la confianza, transparencia y la promoción de prácticas sostenibles en el turismo gastronómico.

7.1 Desarrollo de la acción

Para poder implementar una tecnología Blockchain se deberían seguir los siguientes pasos:

Primeramente, se debería crear y desarrollar una plataforma digital basada en blockchain donde los productores agrícolas y otros actores del sector gastronómico puedan registrar sus negocios y sus prácticas sostenibles, y a partir de eso utilizar contratos inteligentes para verificar y certificar que estos establecimientos cumplen con los criterios específicos de sostenibilidad (uso de ingredientes locales, reducción de desperdicios, prácticas agrícolas orgánicas, etc).

Por tanto, esto permitiría a los consumidores y turistas a acceder a información detallada y verificable sobre las prácticas sostenibles de los establecimientos

registrados. Ellos mismos, a través de una aplicación móvil o sitio web y escaneando un código QR, podrían obtener información en tiempo real del producto en cuestión.

Además, se tendría que implementar la trazabilidad de los productos desde los productores locales hasta los puntos de consumir, registrando cada etapa de la cadena de suministro en la blockchain para garantizar la autenticidad y procedencia de los productos sostenibles.

Para ayudar a incentivar el uso de esta tecnología, se podría crear o introducir un sistema de tokens⁴ basado en blockchain que los turistas puedan ganar y canjear por descuentos o experiencias exclusivas al apoyar establecimientos sostenibles.

Y, por último, se podrían organizar reuniones con representantes de las autoridades turísticas y gubernamentales para presentar el proyecto y establecer acuerdos de colaboración para así trabajar conjuntamente y respaldar, promocionar e integrar la plataforma blockchain en las estrategias oficiales de promoción del turismo gastronómico sostenible y responsable de la Comunidad Valenciana.

7.2 Ejemplo de empresa para crear la web

Se trata de Trazable⁵, una empresa impulsada por Lanzadera, la aceleradora de startups creada por Juan Roig. Básicamente, esta tecnología se usa como forma de unificar la información y así mejorar la trazabilidad de la cadena de suministro de las empresas de alimentación, es decir, permite a la entidad reaccionar mucho más rápido ante cualquier adversidad ya que se conocen todos los pasos de esta cadena de producción.

⁴ *Tokens*: “Una unidad de valor que una organización crea para gobernar su modelo de negocio y dar más poder a sus usuarios para interactuar con sus productos, al tiempo que facilita la distribución y reparto de beneficios entre todos sus accionistas”.

Fuente: < <https://www.bbva.com/es/innovacion/que-es-un-token-y-para-que-sirve/> >

⁵ *Trazable*: < <https://trazable.io/> >

Por ejemplo, en el caso que se detectara que un producto está contaminado, es mucho más fácil y más rápido localizar el lote en cuestión y así poder retirarlo a tiempo.



Figura 22: Logo Trazable

7.3 Ejemplo de empresa que utiliza la tecnología Blockchain

Actualmente, existen cada vez más empresas que utilizan esta tecnología para la gestión y trazabilidad de su empresa en la industria agroalimentaria.

Como es el ejemplo de Sostvan⁶, el cual trata de mejorar el posicionamiento de la carne de vacuno extensivo en el mercado y asegurar la sostenibilidad económica de estas ganaderías. Esta empresa defiende la producción ganadera de vacas nodrizas en un entorno medioambiental sostenible y respetuoso con el bienestar de los animales.



Figura 23: Logo Sostvan

⁶ Sostvan: < <https://www.sostvan.com/> >

Sus objetivos principales son:

- Analizar y potenciar los valores medioambientales y de bienestar animal.
- Demostrar la viabilidad técnica y económica de soluciones innovadoras.
- Implantar la tecnología blockchain para el control de la trazabilidad.
- Divulgar y hacer partícipe al sector de los resultados de este proyecto.

¿A quién va dirigido el proyecto de esta empresa?

Por una parte, a los ganaderos, los que producen en régimen extensivo, que podrán ver incrementada la rentabilidad de sus explotaciones.

Además, a los consumidores, los cuales tendrán a su disposición información completa, transparente y fiable del proceso de producción de la carne que consumirán.

Y por último a la sociedad, ya que se verán incrementadas las rentas de los ganaderos, mejoras medioambientales, mayor transparencia y seguridad alimentaria.

8. Conclusiones finales

El estudio realizado del turismo gastronómico responsable en la Comunidad Valenciana ha permitido profundizar en los múltiples beneficios y oportunidades que este tipo de turismo puede ofrecer, ya no solo desde un punto de vista económico, sino también en términos de desarrollo rural, conservación del patrimonio y sostenibilidad. A lo largo de este trabajo, hemos analizado la importancia de los productos con Denominación de Origen Protegida (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y la relevancia de las marcas de calidad en la promoción de la gastronomía local.

Es esencial dar la debida importancia a los productos propios de la zona, no solo por su calidad y autenticidad, sino también por su capacidad de representar la riqueza y apoyar a los productores regionales es fundamental para fortalecer la economía local y asegurar la viabilidad de las pequeñas y medianas empresas que son el corazón de nuestras comunidades rurales.

La promoción de estos productos y las prácticas responsables en la gastronomía no solo debe centrarse en el aspecto económico. Es igualmente vital para el desarrollo rural, la conservación y el reconocimiento de nuestro patrimonio cultural y de nuestras tradiciones. Valorar y preservar estas tradiciones ayuda a mantener viva la identidad de la región y ofrece a los turistas una experiencia auténtica y enriquecedora.

Además, la necesidad de conservar y mantener nuestro entorno natural no puede ser subestimada. La responsabilidad de proteger y cuidar nuestros recursos naturales recae en todos nosotros. Solo a través de un compromiso colectivo con prácticas sostenibles y responsables, tanto en la producción como en el consumo, podemos asegurar un futuro en el que nuestras comunidades rurales prosperen y nuestro patrimonio natural y cultural se conserve para las próximas generaciones.

Como conclusión, avanzar hacia opciones más sostenibles de producción y prácticas más responsables en el turismo gastronómico no es solo una elección, sino una necesidad imperante. Este enfoque contribuirá a un desarrollo más equilibrado y sostenible, beneficiando a todos los actores involucrados.

Bibliografía

- CalahorraLimpia. (2019). *CalahorraLimpia*. Obtenido de <https://n9.cl/8k52>
- Consellería de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural. (2017). *Las figuras de calidad agroalimentaria diferenciada de la Comunitat Valenciana*. Obtenido de <http://www.agroambient.gva.es/documents/163228750/163232568/libro+DO+castellano.pdf/079ad22a-62ec-4969-98fc-c71f1eccb55b>
- Dinamiza Asesores. (2022). *IV Estudio de la Demanda de Turismo Gastronómico en España*. Obtenido de <https://n9.cl/cu0n>
- FAO. (1945). *ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN*. Obtenido de <https://www.fao.org/home/es>
- FAO. (22 de febrero de 2017). *El futuro de la alimentación y la agricultura*. Obtenido de <https://www.fao.org/3/i6881s/i6881s.pdf>
- FAO. (18 de 06 de 2020). *La Gastronomía Sostenible*. Obtenido de <https://www.fao.org/newsroom/story/Calling-all-foodies-this-one-s-for-you!/es>
- INE. (2019). *Número de turistas recibidos en la Comunidad Valenciana*. Obtenido de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=10823#!tabs-tabla>
- INE. (2023). *MOVIMIENTOS TURÍSTICOS EN FRONTERAS*. Obtenido de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23988>
- INE. (2 de FEBRERO de 2024). *ESTADÍSTICA MOVIMIENTOS TURÍSTICOS EN FRONTERAS*. Obtenido de <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/FRONTUR1223.htm>
- L'Exquisit Mediterrani*. (15 de 01 de 2019). Obtenido de <http://www.turismecv.com/va/2019/01/15/nova-marca-gastroturistica/>
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN. (4 de ABRIL de 2024). *CALIDAD DIFERENCIADA*. Obtenido de <https://www.mapa.gob.es/ca/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/>

- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (13 de junio de 2024). *Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas*. Obtenido de https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/05_dopxcaa_resumen_tcm30-426472.pdf
- Naciones Unidas. (24 de mayo de 2022). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- OMT. (Mayo de 2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>
- ONU TURISMO. (20 de ENERO de 2020). *DESARROLLO SOSTENIBLE*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- ONU TURISMO. (21 de enero de 2020). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, I. C. (s.f.). *UNESCO*. Obtenido de <https://www.un.org/ruleoflaw/es/un-and-the-rule-of-law/united-nations-educational-scientific-and-cultural-organization/>
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. CABI Publishing.
- Torres, A. M. (21 de 02 de 2020). *Entorno Turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-gastronomico-sostenible/>
- UNESCO. (1946). *ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, CIENCIA Y CULTURA*. Obtenido de <https://www.un.org/ruleoflaw/es/un-and-the-rule-of-law/united-nations-educational-scientific-and-cultural-organization/>
- UNWTO. (s.f.). *Red de la Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 07 de 06 de 2020, de <https://web.archive.org/web/20121017062029/http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

WIKIPEDIA. (11 de 11 de 2022). *Vino de pago*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Vino_de_pago