



Universidad Nacional Autónoma de México

**Programa de Posgrado en
Ciencias de la Administración**

Trabajo Escrito Profesional

Investigación Monográfica

El Distintivo H y su efecto en la Actividad Turística Gastronómica

Que para obtener el grado de:

**Maestro en Administración
Campo de Conocimiento
Negocios Internacionales.**

Presenta: Jessica Denise Mascareñas Ruiz.

Tutor: Dr. Carlos Igor Irazoque Palazuelos.

México, D.F. 2011.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Dios, gracias por darme la vida, concederme la oportunidad de crecer profesional y personalmente mediante este Programa de Estudios y poner en mi camino ángeles que me apoyaron y guiaron durante todo este proceso. Por cada una de las bendiciones que recibo día a día.

Mami, lo logramos. Gracias por estar a mi lado, apoyarme, alentarme y orientarme siempre a pesar de las dificultades que se presentaron en el camino.

Papi, gracias por tu ejemplo y confianza. Tu apoyo fue fundamental en esta etapa de mi vida.

Eli xchel Becerril y Nadine Mascareñas, gracias por compartir conmigo cada experiencia de vida y creer en mí.

Silvia Durand Bautista, eres una persona muy importante en mi vida, te convertiste en mi ángel de la guarda. Gracias por tu dirección, consejo y apoyo.

Amigos, Mireya, Eduardo, Erika y Arely; gracias por todos los momentos de alegría y diversión que vivimos juntos.

A mis Maestros que contribuyeron en la culminación de esta investigación, gracias por compartir sus conocimientos y brindarme su amistad: Carlos Igor Irazoque Palazuelos, Rogelio Isaac Ramírez Nava, Bertha Eugenia Castanedo Quirarte y Ma. Elena Camarena Adame.

A todos ustedes los llevo en mi corazón.

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	5
CAPITULO 1. EL TURISMO.	6
1.1 Orígenes del turismo.	6
1.2 Turismo Internacional.	9
1.3 La Crisis del Sector Turismo en México (2009).	14
CAPITULO 2. ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA RESTAURANTERA EN EL MUNDO.....	17
2.1 Origen de la palabra restaurante.	18
2.2 Antecedentes de la Industria Restaurantera en México.	19
2.2.1 Concepto de Restaurante.	21
2.2.2 Tipos y clasificación de establecimientos de alimentos y bebidas.	22
2.3 Importancia de la Industria Restaurantera en el Turismo.	26
2.4 Indicadores Económicos de la Industria Restaurantera.	29
CAPITULO 3. MODALIDADES TURÍSTICAS.	32
3.1 Turismo cultural.	33
3.2 Actividades relacionadas con el turismo cultural.	38
3.3 Turismo Gastronómico	39
CAPITULO 4. TURISMO Y SALUD.....	43
4.1 Recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS).	44
4.1.1 Las 5 claves para la inocuidad de los alimentos de la OMS.	46
4.2 Codex Alimentarius.	48
4.2.1 Código Internacional de Prácticas Recomendado- Principios Generales de Higiene en los Alimentos. Codex Alimentarius.	51
4.3 Distintivos de Calidad en el Manejo Higiénico de los Alimentos.	55
CAPITULO 5. DISTINTIVO H.	60
5.1 Procedimiento para obtener el Distintivo H.	64
5.1.1 Consultores acreditados por SECTUR.	66
5.1.2 Capacitación para la formación de consultores en el Distintivo H.	67
5.1.3 Organismos Certificadores.....	70
5.2 Distintivo H en México.	72
5.3 Distintivo H: Manual de Manejo Higiénico de los Alimentos.	74

CONCLUSIONES.....	78
Referencias Bibliográficas	80
ANEXOS	86

INTRODUCCIÓN

En la actualidad existen muchos tipos y modalidades de turismo de acuerdo con el interés particular, propósito y objetivo del viajero. En éste sentido, encontramos personas que visitan un destino en particular para conocer u degustar determinados tipos de comidas o bebidas características de una región, descubrir las especialidades gastronómicas que se preparan con motivos o fechas específicas que coinciden con fiestas cívicas o culturales, locales o nacionales; y para conocer sus ingredientes e incluso para aprender de prepararlos. Para descubrir nuevas sensación y experiencias culinarias, a eso es lo que llamamos Turismo Gastronómico, aspecto que está creciendo en el ámbito mundial paulatinamente.

Para tal motivo la Industria Restaurantera tiene la responsabilidad de procurar la calidad de los alimentos respetando las “buenas prácticas de higiene” para proporcionar al turista los mejores servicios, en un ambiente seguro mediante la implementación de certificaciones de calidad en el manejo higiénico de los alimentos como el Distintivo H.

La presente investigación se desarrolló en cinco capítulos y comprende en primera instancia, una reseña de los orígenes del turismo, así como un análisis de la actividad turística internacional, culminando con la crisis que afectó a esta industria en el año 2009 debido a diversos factores como son: la crisis económica mundial y la pandemia de la influenza AH1N1.

El segundo capítulo comprende los antecedentes de la Industria Restaurantera en México y en el mundo, su importancia económica y cultural en el sector turístico siendo esta industria una de las protagonistas de la presente investigación.

El capítulo tres incluye las modalidades turísticas desarrollando con mayor énfasis el Turismo Cultural y el Turismo Gastronómico, observando la relación que poseen entre ellos.

El capítulo cuatro aborda el tema de turismo y salud, se explica el surgimiento del Codex Alimentarius y las recomendaciones que hace la Organización Mundial de la Salud referentes a la seguridad alimentaria para proteger la salud de los consumidores y garantizar prácticas leales en el comercio alimentario, considerado como marco de referencia para el desarrollo de distintivos de calidad en el manejo higiénico de los alimentos a nivel mundial.

Finalmente el capítulo cinco, se presenta una descripción del Distintivo H, antecedentes, procedimiento para obtenerlo, el número de establecimientos que lo obtuvieron y que están registrados ante la Secretaría de Turismo en el año 2010 a nivel nacional.

CAPITULO 1. EL TURISMO.

1.1 Orígenes del turismo.

El turismo nace en el siglo XIX como consecuencia de la Revolución Industrial, surgen desplazamientos cuya principal intención era el ocio, descanso, cultura, salud, negocios, etc., realizado especialmente por estudiantes, religiosos, trabajadores, políticos, escritores e intelectuales.

Durante la Edad Antigua, en Grecia, se daba gran importancia al ocio, los desplazamientos más destacados se realizaban para asistir a los Juegos Olímpicos en la ciudad de Olimpia a los que acudían miles de personas donde se mezclaban religión y deporte.

Los romanos eran asiduos participantes de grandes espectáculos y acudían a los teatros, frecuentaban lugares con aguas termales llamadas termas de Caracalla¹ y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa. El desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica fueron elementos que posibilitaron a algunos ciudadanos medios económicos y tiempo libre para realizar estos viajes.

En la Edad Media se presenta un retroceso debido a los conflictos y recesión económica consiguiente que afectó sobre todo al campo. El hombre, las guerras y la peste a finales del siglo XIV fueron los principales factores que devastaron Europa. En este periodo surge un nuevo tipo de viaje, las peregrinaciones religiosas. Es cierto que éstas ya habían existido durante la época antigua pero tanto el cristianismo como el islam provocaron que los desplazamientos fueran mayores. Como consecuencia de este movimiento se crean los primeros mapas para viajeros, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes. Las instituciones que se dedicaron a ofrecer hospedaje sin pago alguno fueron los monasterios.

En la Edad Moderna aparecen los primeros hoteles, aquellos edificios dedicados exclusivamente al servicio de alojamiento temporal. La palabra "Hotel" proviene del antiguo francés "hostel", que a su vez se deriva del latín "hospitale", esta palabra evoluciona del radical indoeuropeo "ghosti" que significaba "alguien con que se tiene el deber recíproco de la hospitalidad.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el gran-tour, el motivo principal era la terminación de sus estudios, complementar su formación y adquirir nuevas experiencias principalmente para ocupar cargos políticos; éste viaje era de larga duración entre tres y cinco años recorriendo distintos países europeos.

¹ Recintos públicos destinados a baños típicos de la civilización romana.

Es posible afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. Grandes cambios en la sociedad, en el estilo de vida, la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. El siglo XIX fue testigo de una enorme expansión económica seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. En esa época, el turismo fue uno de los principales beneficiarios como industria, desarrollándose las líneas ferroviarias especialmente en Europa y Estados Unidos, los museos y monumentos son considerados como lugares de interés turístico y se establecen regulaciones de horarios y precios (citado en González, 2010, p. 22).

De ello, se fomenta la creación de centros turísticos y con la invención de la máquina de vapor y el ferrocarril en Inglaterra se ofrecen por primera vez travesías transoceánicas lo que favorecería las corrientes migratorias a América.

En el año de 1841 Thomas Cook dirige el primer viaje organizado de la historia, un tren partió de Leicester a Longhborough en Inglaterra, llevando un grupo de pasajeros miembros de una Asociación antialcohólica fundada por el mismo. El propósito del viaje era encontrar nuevos pueblos y personas. Este hecho fue considerado un éxito en cuanto a precedente del paquete turístico. Diez años más tarde Cook crea la primera Agencia de viajes del mundo “Thomas Cook & Son”. Se ofrecían servicios de mediación entre la demanda del cliente y la oferta de transporte, alojamiento y atractivos turísticos. La invención del ferrocarril dio un nuevo impulso al interés de viajar de los turistas; luego se incluyó el turismo de playa o baño.

A principios del siglo XX se desarrolla la industria del automóvil, posteriormente el avión y la navegación. La construcción de carreteras originó un acercamiento entre los pueblos, por lo tanto creció el interés del turismo.

Desafortunadamente el crecimiento que había logrado tener la industria fue detenido por la primera y la segunda guerras mundiales, generando una crisis económica mundial que paralizó todas las actividades. El turismo logra su recuperación durante la época de la postguerra, hasta 1929, decayendo una vez más por los efectos negativos de la gran depresión de los Estados Unidos.

El esfuerzo por establecer una definición para el término “turismo” se remonta hacia 1933, desde entonces se han realizado distintos acercamientos a una definición emanada del despliegue económico, sociológico, de comercio o por la preocupación de establecer estadísticas confiables de la actividad (González, 2010) y adoptar una terminología común para los gobiernos y los profesionales.

De acuerdo a lo anterior se distinguen tres etapas del desarrollo del turismo. La etapa inicial se desarrolla en la primera mitad del siglo XX, donde el turismo

comienza a ser estudiado como fenómeno social principalmente por la escuela alemana. La segunda etapa, cuando surge el turismo de masas con el desarrollo de la aviación comercial después de la segunda guerra mundial; y la tercera etapa, identificada como el turismo moderno con el nacimiento de la Organización Mundial de Turismo (OMT) en la década de los setentas. La creación de la OMT influye en la alineación de las políticas turísticas de los estados y el reconocimiento de su importancia económica.

A principios del siglo XX, el turismo empieza a ser estudiado como el movimiento de los forasteros, así en los años veinte surge en Alemania la ciencia de los movimientos de forasteros. En 1922, Angelo Mariotti publica el texto “La industria del forastero en Italia: economía política del turismo”, y en 1929 Morgenroth aporta una definición del tránsito de forasteros y sostiene que es el tránsito de personas, que temporalmente se ausentan de su domicilio habitual, para satisfacción de exigencias vitales o culturales o deseos personales de diverso tipo, convirtiéndose por otra parte en usuarios de bienes económicos o culturales. A esta definición Artur Bormann (1933) agrega que el movimiento de los forasteros comprende los viajes emprendidos por motivos de reposo, diversión, comerciales o profesionales iniciados en muchos casos por acontecimientos o situaciones especiales, donde la ausencia de su vivienda es transitoria y que excluye a los desplazamientos a lugares de trabajo (citado en González, 2010, p. 25).

Unificando las posturas anteriores surge una definición del turismo desde el punto de vista sociológico, ya que integra las relaciones sociales que se dan entre el visitante y el receptor. De esta manera, estudiosos de la escuela humanística como Kurt Krampf y Walter Hunziker (1992) definen el turismo como:

“El conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que dichos desplazamientos y estancias no estén motivados por una actividad lucrativa” (Meixueiro, 2008).

Ya en la segunda mitad del siglo XX, aparece el turismo de masas como un fenómeno económico- social debido a los cambios y transformaciones de la sociedad después de la segunda guerra mundial, y se consolida como una de las actividades más productivas y dinámicas. Por lo tanto, se define como una actividad socioeconómica que se distingue de la simple actividad viajera y del movimiento de forasteros registrada en la época anterior (citado en González, 2010, p. 26).

El 1963, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Viajes y Turismo Internacional, se reconoció la importancia del turismo en la economía de los países y en el comercio internacional; y se establecieron definiciones y

clasificaciones del turismo para fines estadísticos (citado en González, 2010, p. 27).

En la Conferencia de la Organización Mundial de Turismo (Paris) en 1985, se cuestionó el antiguo concepto de turismo y se propuso su extensión para incluir todo movimiento de personas sin tomar en cuenta sus motivaciones. Sin embargo, para proporcionar y adoptar una terminología común para los Gobiernos y los profesionales, la OMT aprueba en la Conferencia de Ottawa, celebrada en junio de 1991 la siguiente definición:

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1991).

Con estas aportaciones se puede establecer que el turismo es un factor determinante en el desarrollo económico, como un redistribuidor del gasto y un generador de divisas, siendo una actividad esencial en la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores que forman parte de esa industria. Es una combinación de actividades y servicios que brindan una experiencia de viaje dirigida a individuos o grupos que viajan fuera de su lugar de origen.

1.2 Turismo Internacional.

Después de la segunda guerra mundial el turismo comienza a ser estudiado como un renglón de la economía de los países. El turismo mundial se ha medido tradicionalmente mediante las llegadas de turistas internacionales y los ingresos por turismo internacional.

En la tabla 1.1 se puede apreciar que a partir de los años 50's hasta el año 2010 el movimiento internacional de turistas presenta un incremento generalizado con tasas positivas pero moderadas, salvo en algunos periodos. En los primeros años del siglo XXI, como consecuencia de los atentados terroristas del 11 de septiembre y la incertidumbre económica mundial se manifiesta un descenso del -0.04% para el 2001, presentando un pequeño repunte en 2002 (3%). Sin embargo, el crecimiento no continuó para el año 2003, acontecimientos como el conflicto en Irak, la neumonía asiática y la debilidad económica fueron las causas de un descenso del -1.8% a nivel mundial. A partir del 2004 la evolución del turismo fue positiva en todo el mundo, en la mayoría de las regiones se experimentó un crecimiento sostenido hasta el año 2009.

Para el año 2009 el flujo internacional de turistas presenta una disminución de -4.6% como consecuencia de la crisis hipotecaria de Estados Unidos que inició en agosto del 2007 extendiéndose a otros mercados financieros del mundo, lo que llegó a convertirse en una gran crisis internacional calificada como la peor desde la segunda guerra mundial. El Secretario General de la OMT Taleb Rifai afirmó que, la crisis económica mundial, agravada por la incertidumbre en torno a la pandemia de la influenza AH1N1, hizo que el año 2009 fuera uno de los más difíciles para el sector turismo, no obstante, los resultados de los últimos meses sugieren que la recuperación está en curso. Esto se ve reflejado en las cifras del año 2010 con un incremento del 6.3% y con un crecimiento positivo en todas las regiones del mundo. El número de llegadas alcanzó los 935 millones, superando en 58 millones la cifra del 2009. "La recuperación del turismo internacional es una buena noticia, especialmente para los países en desarrollo que dependen del sector para generar ingresos y empleo", expresó Taleb Rifai. "Ahora el reto será consolidar este crecimiento en los próximos años en medio de un incierto entorno económico mundial".

El movimiento internacional de turistas por regiones del mundo demuestra que Asia, en particular, ha experimentado un repunte muy dinámico y con resultados alentadores a pesar de la crisis económica y financiera (1997-1998), el brote de SARS² (2003) y el tsunami en 2004. Para 2010 fue la primera región en recuperarse, con un incremento del 13%. Las llegadas de turistas internacionales a esta región alcanzaron los 204 millones frente a 181 millones en 2009.

África fue la única región con cifras positivas en 2009 y continuó creciendo en 2010 (2.08%), este aumento se debe particularmente a los bajos precios que presenta en comparación con el Mediterráneo, acompañado de una firme voluntad y apoyo gubernamental en la celebración de eventos como la Copa Mundial de la FIFA en Sudáfrica, en junio del mismo año.

Europa terminó el 2009 con un descenso del -6.1% después de un primer semestre complicado (-10%). En particular, los destinos de la Europa Central y Septentrional resultaron duramente golpeados, mientras que los resultados para Europa Occidental, Meridional y Mediterránea fueron en cierto modo mejores. Para 2010 la recuperación de esta región fue la más lenta en comparación con las demás (2.4%), debido a la interrupción del tráfico aéreo a raíz de la erupción del volcán Eyjafjallajokull y la incertidumbre económica que afecta la zona del euro.

En la región de las Américas pese a su descenso del -5.1% en 2009 provocada por la crisis económica sufrida en América de Norte y el impacto del virus de la influenza AH1N1, volvió a la senda del crecimiento para el 2010 presentando un repunte del 8.1%.

² Síndrome Respiratorio Agudo Severo.

Tabla 1.1

Movimiento Internacional de Turistas (millones de turistas)												
Año	Total	Variación %	América	Variación %	Europa	Variación %	Asia y el Pacífico	Variación %	África	Variación %	Oriente Medio	Variación %
1950	25.3		7.5		16.8		0.2		0.5		0.2	
1960	69.3	173.9	16.5	120.0	50.4	200.0	0.9	350.0	0.8	60.0	0.6	200.0
1970	165.8	139.2	42.3	156.4	113	124.2	6.2	588.9	2.4	200.0	1.9	216.7
1980	278.1	67.7	62.3	47.3	178.5	58.0	23	271.0	7.2	200.0	7.1	273.7
1990	439.5	58.0	92.8	49.0	265.6	48.8	56.2	144.3	15.2	111.1	9.6	35.2
2000	687.0	56.3	128.1	38.0	395.9	49.1	110.5	96.6	28.3	86.2	24.2	152.1
2001	686.7	- 0.04	122.1	- 4.7	395.2	- 0.2	115.7	4.7	29.1	2.8	24.5	1.2
2002	707	3.0	116.7	- 4.4	407	3.0	124.9	8.0	30	3.1	28.5	16.3
2003	694.6	- 1.8	113.1	- 3.1	407.1	0.02	113.3	- 9.3	31.6	5.3	29.5	3.5
2004	765.1	10.1	125.7	11.1	424.4	4.2	144.2	27.3	34.5	9.2	36.3	23.1
2005	806.8	5.5	133.5	6.2	441.5	4.0	155.4	7.8	37.3	8.1	39.6	9.1
2006	842	4.4	136.3	2.1	458	3.7	167.1	7.5	24.7	- 33.8	40.8	3.0
2007	904	7.4	142.9	4.8	487.9	6.5	182	8.9	45	82.2	46.6	14.2
2008	922	2.0	147.1	2.9	489.4	0.3	184.1	1.2	46.6	3.6	55.1	18.2
2009	880	- 4.6	139.6	- 5.1	459.7	- 6.1	180.5	- 2.0	48	3.0	52.5	- 4.7
2010	935	6.3	151	8.2	471	2.5	204	13.0	49	2.1	60	14.3

Fuente: elaboración propia a partir de las cifras del Barómetro de la Organización Mundial de Turismo, 2009. Vol.7- No.2. Y las Estadísticas de turismo a nivel mundial. Actualización 2010.

La generación de ingresos por turismo está directamente relacionada con el movimiento internacional de turistas, se puede apreciar en la tabla 1.2 como las ganancias mundiales derivadas del turismo han experimentado tasas de crecimiento significativas, tal es el caso de la década de los 60's con un incremento del 213%, sin embargo dichas tasas de crecimiento también se han visto opacadas por diferentes sucesos inesperados como la gran depresión de 1929, la primera y segunda guerras mundiales, los atentados terroristas contra las torres gemelas en el 2001, catástrofes naturales y finalmente la crisis económica financiera global que se ha prolongado hasta el 2010.

A pesar del panorama, los ingresos por turismo sólo presentaron tasas negativas durante el 2001 en las siguientes regiones: las Américas (- 8.4%), Europa (-2.0%) y Oriente Medio (-11.9%). Las regiones que presentaron crecimiento fueron Asia y el Pacífico (9.6%) y África (10.6%); mismas que a lo largo del tiempo no presentaron tasas de crecimiento negativas.

Para el 2002 la única región que continuó en descenso fue América (-5.1%), mientras tanto, Europa (6.4%) y Oriente Medio (1.3%) presentaron un repunte en los ingresos de la actividad respectivamente.

A partir del 2004 todas las regiones presentaron tasas de crecimiento positivas hasta 2008, donde se aprecia un repunte a nivel mundial (10%), destacando la región de Oriente Medio con un ascenso del 33.6%, seguido por la región de Asia y el Pacífico (12.6%), en tercer lugar América (9.6%) y la región europea (9.0%), por último la región de África con un crecimiento del 7.7%.

Las últimas cifras disponibles muestran que en 2009 los ingresos de la actividad vuelven a descender en -9% a nivel mundial. No se reportaron las cifras actualizadas por regiones del mundo.

Si bien el crecimiento ha sido notorio, es importante observar que el turismo internacional es sensible a los efectos de fenómenos de índole socioeconómico, geopolítico y climático, ante los cuales ha demostrado que su proceso de recuperación ha sido mucho más ágil que el resto de las actividades económicas. No obstante, se requiere del trabajo de todos los actores involucrados en el sector para lograr mayor integración y cooperación para responder eficazmente a los desafíos como los que se han presentado en los últimos años.

Tabla 1.2

Ingresos por Turismo. Regiones del Mundo (miles de millones de dólares)												
Año	Total	Variación %	América	Variación %	Europa	Variación %	Asia y el Pacífico	Variación %	África	Variación %	Oriente Medio	Variación %
1950	2.2		1.1		0.9		0.04		0.1		0.03	
1960	6.9	213.6	2.5	127.3	3.9	333.3	0.2	400.0	0.2	100.0	0.1	233.3
1970	17.9	159.4	4.8	92.0	11	182.1	1.2	500.0	0.5	150.0	0.4	300.0
1980	106.5	495.0	24.7	414.6	63.7	479.1	11.3	841.7	3.4	580.0	3.5	775.0
1990	273.2	156.5	69.3	180.6	145.6	128.6	46.7	313.3	6.4	88.2	5.1	45.7
2000	474.0	73.5	130.8	88.7	231.3	58.9	85.3	82.7	10.4	62.5	17.6	245.1
2001	467	- 1.5	119.8	- 8.4	226.7	- 2.0	93.5	9.6	11.5	10.6	15.5	- 11.9
2002	481.6	3.1	113.7	- 5.1	241.2	6.4	99.1	6.0	11.8	2.6	15.7	1.3
2003	534.6	11.0	114.2	0.4	283.4	17.5	98.4	- 0.7	16.1	36.4	22.5	43.3
2004	633	18.4	132	15.6	328.5	15.9	129.5	31.6	19.2	19.3	25.5	13.3
2005	677.5	7.0	144.7	9.6	350.5	6.7	134.5	3.9	21.6	12.5	26.2	2.7
2006	742	9.5	154.2	6.6	377.4	7.7	156.5	16.4	24.7	14.4	29.9	14.1
2007	856	15.4	171.4	11.2	434.3	15.1	183.5	17.3	28.4	15.0	34.2	14.4
2008	944.5	10.3	187.9	9.6	473.6	9.0	206.6	12.6	30.6	7.7	45.7	33.6
2009	851.0	- 9.9	ND	-	ND	-	ND	-	ND	-	ND	-

Fuente: Elaboración propia a partir de las cifras del Barómetro de la Organización Mundial de Turismo, 2009. Vol.7- No.2. Estadísticas de turismo a nivel mundial. Actualización 2010. Turismo Internacional: Los primeros resultados de 2011 confirman la consolidación del crecimiento.

1.3 La Crisis del Sector Turismo en México (2009).

La actividad turística de México ha tenido un importante desarrollo en los últimos 20 años como respuesta a las campañas de promoción realizadas en todo el mundo, teniendo como soporte principal los destinos turísticos como Cancún, Los Cabos, Ixtapa, Loreto y Huatulco, representando al turismo tradicional, centros integralmente planeados para tal fin. También existen programas regionales como el Mundo Maya, Ciudades Coloniales, Pueblos Mágicos, etc. Representando al turismo cultural del país. Este es un claro ejemplo del esfuerzo por diversificar los productos, abriendo nuevas y más atractivas opciones en el mercado. (SECTUR, 2005). Sin embargo, debido a los acontecimientos mencionados con anterioridad, se generó un descenso importante en el número de visitantes internacionales a México.

La cuenta de visitantes internacionales, se compone de dos categorías: los turistas internacionales, agrupan el turismo receptivo y fronterizo del país; la segunda categoría son los excursionistas internacionales que concentra los excursionistas fronterizos y pasajeros en crucero (citado en González, 2010). Estas modalidades componen la cuenta objeto de análisis. En la tabla 1.3 se observa que el número de visitantes internacionales para el 2000 fue de 105,673.5 turistas, cifra que fue disminuyendo hasta lograr un pequeño repunte en 2004 y 2005, registrando 103,146.1 turistas, que luego decrece a razón de los eventos antes mencionados. En 2009 se presenta un declive significativo nunca visto en años anteriores durante ese periodo, de 86,189.1 turistas. Esta cifra representa una caída del -5.8% frente al -0.8% registrado en 2008.

Tabla 1.3 Turismo Internacional en México (millones de turistas)

Año	Visitantes Internacionales a México	Variación %
2000	105,673.5	
2001	100,718.8	-4.7
2002	100,153.1	-0.6
2003	92,329.8	-7.8
2004	99,249.7	7.5
2005	103,146.1	3.9
2006	97,701.0	-5.3
2007	92,179.5	-5.7
2008	91,462.2	-0.8
2009	86,169.1	-5.8

Fuente: elaboración propia, en base a cifras de la Secretaría de Turismo, Datatur, enero 2011.

La Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública A.C (AMAI) afirma que el turismo es uno de los motores principales de la economía, de esta manera y dados los acontecimientos de los últimos años y la repercusión que ha tenido en este sector, se dio a la tarea de realizar un estudio de hábitos y tendencias de viaje en la Ciudad de México.

La AMAI realizó un estudio³ en el año 2007 y posteriormente en el 2009 con el objetivo de actualizar los principales hábitos de viaje tanto nacionales como internacionales, incluyendo motivos de viaje, tipo de transporte usado, medios de información, medios de publicidad, promociones de viaje y hospedaje, para presentar un panorama del impacto económico y sanitario como consecuencia de la pandemia de la influenza AH1N1.

Esta investigación arrojó los siguientes resultados:

Ante la inestabilidad económica el 84% de los entrevistados en 2009 prefirió realizar viajes dentro del país, esto representó un incremento del 16.5% con respecto a 2007. Sin embargo, bajó la frecuencia de viaje, de 5 salidas en promedio en 2007 a 2.7 salidas en 2009. (Ver tabla 1.4)

En el caso de los viajes internacionales, se presentó un descenso del -43.3%, solamente el 15% de los entrevistados prefirió realizar viajes al extranjero, teniendo el mismo comportamiento en la frecuencia de viaje, de 2 salidas en promedio (2007) disminuyó a 1.4 salidas (2009).

Tabla 1.4 Tipo de viaje.

Tipo de viaje	Porcentaje
Viajes Nacionales 2007	72.3%
Viajes Internacionales 2007	27.7%

Tipo de viaje	Porcentaje	Variación 07- 09
Viajes Nacionales 2009	84.3%	16.5%
Viajes Internacionales 2009	15.7%	-43.3%

Fuente: La Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública A.C.

Hubo una reducción en los días de estancia en ambos tipos de viaje. Las visitas al interior del país se recortaron de 8 a 6 días; en los viajes internacionales de 12 a 7 días.

³ Para dicho estudio la AMAI abarcó un universo de hombres y mujeres de 18 años de edad en adelante, viajeros de placer o negocios con origen en la Cd. De México. Su muestra estuvo compuesta de 300 casos. La encuesta se llevó a cabo cara a cara en colonias o centros de afluencia representativos de los distintos niveles sociales motivo de estudio. El trabajo de campo se realizó del 1 al 27 de julio de 2009.

El 25% de los entrevistados reconoció hacer menos viajes que el año anterior, dando como razón principal el impacto de la situación económica en sus familias y sus trabajos.

En los viajes nacionales, se utiliza menos el avión y se sustituye por el auto o el autobús. En el hospedaje, se sustituyen los hoteles de gran turismo por otros de menos lujo, pero sobre todo se utilizan más las casas de familiares, amigos o conocidos.

La influenza tuvo un importante impacto en este sector presentado fuertes repercusiones a finales del 2009. Casi un 20% de los encuestados reconoció haber cancelado algún viaje ya planeado por miedo al contagio del virus.

El 8% de los encuestados canceló sus planes de viaje para el resto del 2009, sin arriesgarse a quedarse en algún aeropuerto, hotel u otro país; mientras el resto continuó con sus planes de viaje para el resto del año.

Descendió el uso de líneas aéreas de bajo costo de un 50% a un 39%. En el 2009 incrementó la desconfianza e inseguridad en los aviones en un 21.2% de la población, especialmente en el rubro de alimentos y bebidas; el 16.3% de la población hizo referencia a su alto costo.

Bajó el porcentaje de personas que busca información previa a los viajes, el 62% de los encuestados en el 2007 hizo este tipo de consultas, mientras que en el 2009 solamente el 46% lo llevó a cabo. El uso de internet para la búsqueda de información al planear un viaje incrementó en 4.6% en el 2009 con respecto a 2007. El 68% de los encuestados utilizó este medio de consulta para organizar sus viajes. Debido a esta situación las agencias de viaje siguen perdiendo terreno, en el 2009 solo el 23% de los entrevistados acudió a estos establecimientos para adquirir información previa a los viajes.

Si bien es cierto, se corrobora el impacto negativo que pueden tener ciertos acontecimientos al influir en la toma de decisiones del mercado y por consiguiente en la actividad turística. Sin embargo, la invitación es visualizar cada una de las situaciones de crisis como una oportunidad de cambio y reinención, promoviendo el trabajo conjunto de los actores públicos y privados del sector para abordar los retos de una actividad que como ya se ha visto favorece en gran medida los ingresos nacionales de economías desarrolladas y en vías de alcanzarlo, proporcionando un amplio ámbito de acción en el campo de los negocios internacionales (González, 2010).

CAPITULO 2. ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA RESTAURANTERA EN EL MUNDO.

Es probable que las tabernas ya existieran en el año de 1700 a.C. Estos lugares eran establecimientos que se ubicaban a las orillas de los caminos, donde se ofrecía pan y vino a los viajeros. Después en el antiguo Egipto, 512 a.C., se tiene referencia de que existía un comedor publico con menú limitado, solamente ofrecían un plato preparado a base de cereal, aves salvajes y cebolla, todo esto a un costo muy bajo, asimismo, contaban con un menú especial para gente rica, que incluía ganso asado, carne y trufa.⁴

En Atenas las tabernas se encontraban cerca de los templos y su menú consistía en cordero, pescado, queso, pan de cebada y como postre panecillos con miel.

En Grecia y Roma los cocineros eran considerados profesionales que asistían donde se les necesitara. Al aumentar la demanda de cocineros, cada una de las familias poderosas se interesó por tener el suyo propio, ya que contar con un cocinero se convirtió en un símbolo de estatus social elevado de la época.

En la Edad Media (476- 1399 D.C) con la caída del Imperio Romano la iglesia católica empezó a dar facilidades de hospedaje y comida a los viajeros sin costo, en lugares conocidos como hospicios, que surgieron con la gran demanda que se tenía en esa época debido a las peregrinaciones. En Londres y París en los inicios de siglo XIII, existían casas de comida donde se ofrecían platillos preparados como pescado, carne de venado y aves.

Debido al florecimiento de las peregrinaciones del mundo cristiano y la falta de lugares donde hospedar a la gente, surgieron mesones, considerados como casas públicas con fines lucrativos, estos se localizaban en diferentes poblaciones, ubicados sobre los caminos que los comunicaban y separados a una distancia que podía ser cubierta en un día. Además del hospedaje se vendían alimentos, bebidas y contaban con caballerizas.

Por el auge y demanda de los mesones, se tuvo la necesidad de reglamentarlos, de este modo, surge en Inglaterra el primer reglamento de venta de alimentos, bebidas y hospedaje en el año de 1387, lo que hace una de las licencias de funcionamiento más antigua del mundo.

Posteriormente, igualmente en Europa, ocurrió un crecimiento de las posadas, tabernas y comedores públicos, sobre todo en Inglaterra, los cuales contaban

⁴ Información obtenida de: Solano Cuna, Ma. Guadalupe. 2008). Caso Práctico Implementación del sistema HACCP-ISO 22000. Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Turismo. Tesis de Maestría en Ciencias en Alta Dirección de Empresas Turísticas del Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Turismo, Sección Posgrado de María Guadalupe Solano Cuna, Octubre 2008.

con buenos servicios de diferentes precios y categorías. Todo esto debido a una mejora considerable en los caminos y seguridad de los mismos.

Las tabernas se identificaban con señales rudimentarias o letreros representados por animales como el toro, cisne negro, león, delfín, etc. Hacia 1536, los hospicios eran menos, ya que algunas personas empezaron a tener sus propios establecimientos de venta de alimentos, bebidas y hospedaje donde se ofrecía a los viajeros papa, maíz, tomates, moras, cacao y café.

En el periodo moderno (1492- 1789) surgen las cafeterías, que se pueden considerar como un antecedente de los restaurantes. Aparecen en el año 1650 en Oxford y siete años mas tarde en Londres; donde para finales del siglo XVIII ya había 200 cafeterías. En esta época tuvieron gran auge los mesones, fondas y hosterías donde servían, bajo pedido, piezas completas de animales, desde pollo y res.

2.1 Origen de la palabra restaurante.

En 1765, un hombre llamado Boulanger, se dedicaba a la venta de sopas calientes en París, bajo un letrero en latín: “Venite ad me omne qui stomacho laboratis et ego restaurado vos” (Venid a mi casa hombres que tenéis el estomago débil y yo os restaurare), lo que da origen a la palabra restaurante. La sopa que vendía era una mezcla de vegetales y hierbas amargas utilizado como reconstituyente. Posteriormente Boulanger, llamó a su restaurante “Champs D’Oiseau” (Campo de Aves), ampliando su menú el cual tenía que ser recitado por el mesero.

El primer establecimiento digno de llamarse restaurante fue “La Grande Teverne”, abrió en el año de 1783 en Londres. Para 1786, se inaugura en París el restaurante “Aux Trois Freres Provencaux” el cual cerró sus puertas en 1869, ambos a causa de la Revolución Francesa.

A causa de la Revolución Francesa los aristócratas deciden deshacerse de algunos lujos, entre ellos el tener un cocinero particular. Al estar desempleados, estos cocineros imitan a Boulanger y abren sus propios establecimientos de alimentos, lo que genera el auge de los restaurantes y la aparición de famosos chefs

Entre 1803 y el 1900 surgen grandes chefs como: Antonin Careme, chef de un ministro de Francia; y Jules Gouffé, famoso por ser el chef del Jockey Club en París, escribió su libro de cocina que influenció a muchos países europeos.

La palabra restaurante llega a Estados Unidos de América en el año de 1794, gracias a un francés llamado Jean Baptiste Gilbert Paypalt, quien fundó en ese

país el primer restaurante francés llamado “Juliens’s Restorato”, servían frutas, fondues de queso y papa. La influencia francesa en la cocina, comenzaba a notarse.

Delmonicos también es uno de los primeros restaurantes de los Estados Unidos que abrió en el año de 1827, inaugurado en la ciudad de New York.

En 1891 se abre la primera cafetería operada por la Asociación de Jóvenes Cristianos, en Kansas city.

En 1940 surgen los restaurantes de comida rápida de los hermanos Mc Donald’s, en San Bernardini, California. Después de la Segunda Guerra Mundial surgen los restaurantes étnicos que ofrecían comida griega, china, hindú, entre otras.

En 1952, surge el primer Kentucky Fried Chicken en Salt Lake City, fundado por el coronel Harland Sanders. En 1957, inicia operaciones Burger King, en Miami Florida, principal competidor de Mc Donald’s, en donde la hamburguesa es el platillo clave.

Las cadenas de franquicias de comida rápida como Mc Donald’s, Wendy’s, Burger King, Kentucky Fried Chicken, tuvieron su primer periodo de expansión durante los años 70’s y avanzando a un ritmo muy rápido en la década de los 90’s.

2.2 Antecedentes de la Industria Restaurantera en México.

Surge en México, en la gran Tenochtitlán, los primeros establecimientos de hospedaje donde podían consumir alimentos a un precio determinado, a estos lugares se les conocía como coacallis. Eran construcciones de un solo piso situados normalmente cerca de los mercados o a la entrada de las poblaciones. Había coacallis que recibían al pueblo en general y otros que estaban reservados para clases superiores. La diferencia consistía en el tipo de material de construcción y sus acabados. Los coacallis eran propiedad del Estado quien proporcionaba alojamiento gratuitamente y la alimentación corría por cuenta del viajero.

Los establecimientos públicos de alimentos y bebidas en México surgen gracias al nacimiento de los albergues- mesones. En 1525, México es el primer país en América Latina en reglamentar este tipo de negocios. El 1 de diciembre del mismo año, se abre el primer mesón de la Ciudad de México, fundado por Pedro Hernández Paniagua. En 1527, se abrió el primer mesón en el estado de Veracruz por Juan José de Perote. El número de establecimientos fue en

aumento y a partir de esa época surgen nuevos establecimientos similares bajo las siguientes denominaciones:

Bodegón: establecimientos rústicos con venta de alimentos y bebidas tradicionales del lugar.

Cantina: lugar con venta de bebidas alcohólicas.

Figón: casas donde se guisan y venden alimentos a bajo precio.

Fonda: establecimiento con venta de comida casera.

Hostería: establecimiento con venta de alimentos y hospedaje localizados en sitios de importancia histórica y tradicional.

Posada: establecimientos para descansar y comer, especialmente para viajeros.

Taberna: tienda de vinos y bebidas alcohólicas.

En el siglo XVIII surgieron las pulquerías y cantinas, donde se tomaba pulque curado y tepache, este tipo de establecimientos fueron reglamentados por el virrey Garibay en 1809. Para mediados del siglo XIX había 638 cantinas y 524 pulquerías en México.

En 1785, surge la primera cafetería dedicada a la venta de café, café con leche, molletes y bizcochos estilo francés. Estos lugares funcionaban como sitios de reunión para gente de alta sociedad, acudían políticos, militares, literatos, etc. Entre los más famosos esta El Café del Sur, El Globo, El Café Colón, La Flor de México y el Café Tacuba, entre otros. Posteriormente abre sus puertas el restaurante La Parroquia en Veracruz con venta de desayunos y meriendas.

En 1852, abre el primer hotel con restaurante, El Iturbide, con venta de comida francesa, al mismo tiempo se abrieron los primeros restaurantes de lujo y servicio francés, El Prendes y Sylvan, ubicados en la calle de 16 de septiembre.

A finales del siglo XIX las colonias de extranjeros radicados en México establecieron clubes y restaurantes para satisfacer sus costumbres gastronómicas, por ejemplo, El Casino Alemán, Club Británico, El Centro Vasco y El Casino Español, etc.

En la década de los 40's, en la Ciudad de México se funda la Asociación Mexicana de Restaurantes por José Inés Loredó y abre sus restaurantes Tampico Club, ubicado en esa época en Juárez 89, famoso por su carne asada a la Tampiqueña; y el Restaurante Lincon, el Mesón del Caballo Bayo y el Colonial Loredó en la calle de Hamburgo.

En el año de 1955, Dalmu Acosta abrió los restaurantes El Embasador, La Cava, el restaurante del Lago y el Café del Parque. En esta época los restaurantes tienen un crecimiento significativo en el país, prueba de esto es cuando en 1960 llega a México el Restaurante Tasty Freezy con venta de comida rápida y helados; y en 1963 abre el primer Kentucky Fried Chicken. Los establecimientos de comida rápida crecían, donde se vendía básicamente hamburguesas, pollo frito y pizza.

En la década de los 90's surgieron Restaurantes temáticos procedentes de Estados Unidos de América, dentro de estos establecimientos se maneja cierta especialidad y características que muestran detalles de épocas, modas, personajes, deportes, lugares naturales, entre otras, se estructuran con comedor, bar y boutique dedicada a la venta de artículos alusivos al restaurante, como ejemplo tenemos: All Star's Café, Fashion Café, Hard Rock Café, Planet Hollywood y Rain Forest Café.

2.2.1 Concepto de Restaurante.

Restaurante es el “nombre dado al establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mismas que se consumen dentro del lugar” (Reynoso Ron, 1989).

“Establecimiento que cuenta con la infraestructura necesaria para la elaboración de alimentos y bebidas, así como las instalaciones y servicios para que el comensal pueda consumir dentro de este, platillos y bebidas seleccionadas. (Hernández Sánchez & Trujillo Guillen, 1995).

“Restaurante es un establecimiento que se dedica a la venta de alimentos y bebidas al público “ (Vidal, 1997).

“Es un establecimiento fijo que ofrece un servicio de alimentos y bebidas, a quienes lo soliciten a cambio de una remuneración” (Fraga, 1980).

Después de analizar los conceptos anteriores, podemos definir restaurante como:

“Un establecimiento público que cuenta con la infraestructura, instalaciones y servicios necesarios para la elaboración y venta de alimentos y bebidas a cambio de una remuneración en un ambiente de seguridad e higiene para el comensal”.

Desde una perspectiva de negocio se puede definir como: inversión, fuente de ingresos, centro de trabajo, o empresa, donde se sirven alimentos y bebidas.

2.2.2 Tipos y clasificación de establecimientos de alimentos y bebidas.

Para comprender la diferencia entre los diferentes restaurantes que funcionan en México, es necesario proporcionar su clasificación:

Por su licencia de operación: según la Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal lo determina la operación y servicio que ofrece el establecimiento, la licencia la proporciona la delegación política que le corresponda de acuerdo a su ubicación. Existen 2 tipos de licencias:

Licencia Tipo A: son considerados de impacto vecinal y requerirán para su funcionamiento la expedición de esta licencia los siguientes giros: Salones de Fiesta, Restaurantes, Establecimientos de Hospedaje, Salas de Cine, Teatros y Auditorios.

Los restaurantes tendrán como giro la venta de alimentos preparados y la venta de bebidas alcohólicas. Además podrán prestar el servicio de música viva, grabada o video grabada y en ningún caso se permitirá servir bebidas alcohólicas a menores de edad. Los establecimientos mercantiles que opten por ejercer como giro único la venta de alimentos preparados, no requerirán para operar de la tramitación de la Licencia de Funcionamiento, debiendo presentar la Declaración de Apertura correspondiente.

Licencia tipo B: son considerados de impacto zonal y requerirán para su funcionamiento la expedición de esta licencia los siguientes giros: Cervecería, Pulquería, Bares, Cantinas, Discotecas, Salones de Baile, Salas de Cine con venta de bebidas Alcohólicas y Cabarets. (IV Legislatura, 2002)

Otra clasificación es por su tipo de cocina:

Restaurante de especialidades: ofrece un menú limitado de comida y puede especializarse según el país de procedencia: mexicana, francesa, italiana etc.

Nacional- Regional: son platillos representativos de cada una de las siete zonas en que se divide el país⁵:

1. Noroeste: Sonora, Chihuahua y Baja California Norte y Sur
2. Noreste: Nuevo León, Tamaulipas y Coahuila.
3. Occidente: Colima, Jalisco, Nayarit y Sinaloa.
4. Centro: Aguascalientes, Guanajuato, Durango, San Luis Potosí y Zacatecas.
5. Oriente: Hidalgo, Puebla, Tlaxcala y parte de Veracruz.
6. Sur: Querétaro, Michoacán, Guerrero y Morelos.

⁵ Esta clasificación se obtuvo del autor Delgado de Borrás, Ana Laura (1982) del libro La cocina Regional de México. Grupo Voluntariado Bancomer A. C.

7. Sureste: Tabasco, Campeche, Chiapas, parte de Veracruz, Oaxaca y Quintana Roo.

Internacional: se ofrecen platillos de varios países del mundo.

La siguiente clasificación es por su calidad en el servicio, sugerida por la Secretaría de Turismo:

Cinco tenedores: con venta de comida nacional e internacional, cuenta con dos entradas, es decir, una entrada para el cliente independiente de los empleados; dos o más elevadores, sala de espera, guardarropa, teléfono en cabinas aisladas e inalámbrico para uso del cliente, aire acondicionado, calefacción, extractores, servicios sanitarios con instalaciones de lujo e independientes para damas y caballeros, cocina equipada con almacén, bodega, cámaras de refrigeración y congelación, hornos, parrillas y oficina del chef; cubertería de acero inoxidable o plata, excelente decoración y servicio, uso de gueridón⁶, personal con dominio de dos idiomas extranjeros. Debe contar con una buena organización, regido por normas y procedimientos, además de políticas internas para su manejo.

Cuatro tenedores: venta de comida nacional, internacional o ambas, se caracteriza por tener dos entradas, dos elevadores, guardarropa, teléfono, servicios sanitarios para damas y caballeros, cocina con cámaras de refrigeración y congelación, almacén, ventilación, cubertería de acero inoxidable, personal capacitado con dominio de un idioma extranjero.

Tres tenedores: venta de comida nacional o internacional, entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio, mobiliario de calidad, servicio de sanitarios independientes para hombres y mujeres, teléfono, cubertería de acero inoxidable, personal capacitado para el servicio.

Dos tenedores: venta de comida nacional, una sola entrada, teléfono, mobiliario adecuado, loza y cristalería sencilla, servilletas de papel, servicios sanitarios independientes para damas y caballeros, personal de servicio sencillamente uniformado, carta sencilla.

Un tenedor: venta de comida nacional, una sola entrada, teléfono, personal sin uniforme, se utilizan loza de melanina, cristalería sencilla, servilletas de papel, sanitarios decorosos, carta sencilla.

Según la Asociación Mexicana de Restaurantes AC. La clasificación es la siguiente:

Restaurantes de Lujo (por su servicio e instalaciones).

⁶ Pequeña mesa auxiliar móvil con diversos elementos. Las actividades que se realizan en el gueridón son: cortar, rebanar, flamear, pelar y cualquier tipo de preparación de platillos al instante y frente al comensal.

Restaurantes Típicos Mexicanos.

Restaurantes de Negocios.

Restaurantes de especialidad Aves.

Restaurantes de especialidad Carnes.

Restaurantes de especialidad Pescados y Mariscos.

Restaurantes Vegetarianos.

Por su tamaño:

Chico de 15 a 29 mesas: de 60 a 120 comensales.

Mediano: de 30 a 39 mesas: de 120 a 160 comensales.

Grande: de 40 mesas o más: de 160 comensales o más.⁷

Otra clasificación según la AMR es por el servicio que se ofrece:

Restaurante de especialidades: aquellos de preparación laboriosa, servicio refinado, precios elevados, con alguna especialidad en su carta.

Servicio de barra: el cliente solicita el servicio en la barra, es más rápido el servicio que en el salón comedor.

Servicio para llevar: el cliente paga por sus alimentos para después recogerlos en su respectivo empaque.

Autoservicio: también conocido como buffet, donde se exponen los alimentos en la mesa de preparación, el cliente hace la selección de sus alimentos y los consume en su mesa.

Servicio de automóvil: el menú ofrecido en estos lugares es muy limitado y de fácil preparación.

Servicio de banquetes: generalmente son operados por una compañía que ofrece todo el servicio desde la preparación y servicio de los alimentos hasta la loza, cristalería, plaque y personal de servicio.

Servicio de alimentos en hoteles: integra una gran variedad, desde restaurantes, cafeterías, banquetes, centros nocturnos, room service, organizados y dirigidos por el gerente de alimentos y bebidas del hotel.

⁷ Clasificación obtenida de la Asociación Mexicana de Restaurantes AC.

Por su tipo de servicio:

Restaurantes con servicio americano: este tipo de servicio es el más usual en los establecimientos de alimentos y bebidas. Hay gran variedad de platillos y toda la comida sale servida de la cocina. El mesero debe estar correctamente capacitado y conocer todos los ingredientes de cada uno de los platillos enlistados en la carta. Una de las principales reglas es: servir los platillos por la izquierda y servir las bebidas por la derecha; se recogen los platos sucios por la derecha.

Restaurantes con servicio ruso: este tipo de servicio es elegante y rápido, se lleva a la mesa la comida preparada en fuentes o bandejas de plata, de las cuales el cliente se sirve directamente. La regla de servicio es: servir la comida por la izquierda, el personal debe moverse alrededor de la mesa en el sentido de las manecillas del reloj. Los platos sucios se recogen por la derecha.

Restaurantes con servicio inglés: en este tipo de servicio la comida se lleva al anfitrión en bandejas grandes y éste se encarga de servir a los demás, el mesero se encarga de repartirlos a cada uno de los comensales.

Restaurantes con servicio francés: este servicio se considera el más complicado, es característico de los restaurantes de lujo, se utiliza equipo de plata y un carro o mesa de servicio llamado gueridón, donde se coloca un chafing- dish⁸, para terminar de preparar los alimentos frente al comensal. Toda la comida se sirve por la derecha a excepción de los platos de pan, mantequilla y algunos platillos complementarios como salsas, aderezos y postres.

México cuenta con una variada oferta de restaurantes que van desde 1 ó 5 tenedores, de diferentes especialidades y tipos de servicio lo que permite satisfacer la demanda alimentaria en nuestro país de acuerdo al gusto e ingreso de cada persona.

⁸ Especie de parrilla portátil utilizado en el servicio de gueridón.

2.3 Importancia de la Industria Restaurantera en el Turismo.

En pleno siglo XXI, cuando muchos países del mundo sustentan su economía en los ingresos por turismo, ya es indiscutible que la industria restaurantera es un importante factor para el desarrollo de esta industria. Italia, España y otras naciones europeas basan su turismo en el patrimonio cultural tangible (ciudades, edificios, monumentos), además de su amplia y famosa gastronomía; sin que ello quiera decir que no tengan bellezas naturales o tradiciones notables. En cambio, países como Canadá, Costa Rica y Australia fundamentan su turismo en el patrimonio natural, en los atractivos de su deslumbrante geografía, aunque por supuesto tienen también interesantes expresiones culturales. Por otra parte, hay naciones como China y la India donde se conjugan los polos de atracciones turísticas tanto culturales como naturales. En esta última situación se encuentra buena parte de Latinoamérica.

Dentro del patrimonio cultural, originalmente considerado sólo como tangible, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) reconoce con la misma importancia al patrimonio cultural intangible. Lo define como “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes– que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función a su entorno y su historia, infundiendo un sentimiento de identidad, contribuyendo así a promover el respeto por la diversidad cultural y la creatividad humana (UNESCO, 2010).

Cada año el Comité Intergubernamental para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO, se reúne para evaluar las candidaturas y decidir las inscripciones de las prácticas y expresiones culturales del patrimonio inmaterial propuestas por la Asamblea General de los Estados Partes.

La lista del patrimonio cultural inmaterial es aquella que requiere medidas urgentes de salvaguardia y se compone de elementos del patrimonio cultural inmaterial que las comunidades y Estados Partes consideran que necesitan medidas para asegurar su transmisión.

En el marco del patrimonio inmaterial destaca, de manera muy importante para el turismo, la gastronomía de los países. Se mencionan aquellas que ya son parte de la Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO y su año de inscripción:

México: La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán- (Año de inscripción 2010).

Cabe aclarar, que aunque los argumentos de la candidatura fueran presentados bajo el título de “La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva. El paradigma de Michoacán” la candidatura no es solamente referente a la comida michoacana, sino a la cocina mexicana, así lo refirió Alfonso de María y Campos, Director General del INAH; instancia que documentó la candidatura. El procedimiento se llevó a cabo de esta manera ya que, si se hubiera intentado postular la riqueza de la cocina mexicana con su multiplicidad de variantes hubiera resultado largo y complicado, por lo que se decidió presentar como modelo a la comida michoacana, además de que el expediente fue elaborado inicialmente en esa entidad y utilizan ingredientes que están presentes en el resto de aquellas que conforman la cocina mexicana, principalmente el maíz, el chile y el frijol.

Francia: La comida gastronómica de los franceses. (Año de inscripción 2010).

España, Grecia, Italia y Marruecos: La dieta mediterránea. (Año de inscripción 2010).

Croacia: La elaboración del pan de especias en el norte de Croacia. (Año de inscripción 2010).⁹

Los Restaurantes son los principales promotores de la gastronomía y tienen la función de satisfacer una de las necesidades vitales del hombre, la alimentación, cuando estos lugares representan la cultura gastronómica de cada país es como un imán para el consumidor, ya que permite adentrarse en la cultura de los países y la identidad como nación.

La importancia de la Industria Restaurantera en el Turismo radica en el desarrollo económico y social del país al generar empleos en un alto porcentaje de la población; y ser considerado un segmento importante dentro del sector turístico.

Datos recopilados de la Oficina Internacional del Trabajo revelan que el periodo comprendido entre 1998 a 2007 la fuerza laboral en el Sector de Hoteles y Restaurantes (Sector H) en México ha incrementando notablemente. Estas cifras incluyen a personas de ambos sexos y mayores de 14 años. En 1998 solo el 4.8% de la población ocupada en el país pertenecía a este sector, dicho porcentaje fue en aumento hasta los últimos datos reunidos en 2007, se distingue que de 42, 906.7 personas el 6.2% pertenecía al sector H.

Igualmente se demuestra que la intervención de las mujeres en este sector es sobresaliente. Muestra de ello es que en el periodo objeto de análisis su participación a prevalecido por arriba del 50%, alcanzando para 2007 el 57.2% de la fuerza laboral en el Sector H. (Ver tabla 2.1)

⁹ Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2010). Listas del Patrimonio Inmaterial.

Tabla 2.1 Fuerza Laboral en el Sector de Hoteles y Restaurantes en México (millones de personas)

Sexo	Edad	Empleo en México	Empleo en Sector H	% Empleo en Sector H	% Empleo Sector H por sexo
1998					
M y F	14+	36, 871.7	1,751.60	4.8%	100
M	14+	24, 942.5	779.8		44.5%
F	14+	12, 379.2	971.8		55.5%
1999					
M y F	14+	37, 279.9	1,719.90	4.6%	100
M	14+	24, 805.7	782.5		45.5%
F	14+	12, 474.2	937.5		54.5%
2000					
M y F	14+	38, 044.5	1,800.60	4.7%	100
M	14+	25, 014.1	824.5		45.8%
F	14+	13, 030.4	976		54.2%
2001					
M y F	14+	38, 065.8	1,949.50	5.1%	100
M	14+	25, 055.1	877.9		45.0%
F	14+	13, 010.6	1,071.60		55.0%
2002					
M y F	14+	38, 939.7	2,021.80	5.2%	100
M	14+	25, 422.8	898.9		44.5%
F	14+	13, 516.8	1,122.90		55.5%
2003					
M y F	14+	39, 221.5	2,128.40	5.4%	100
M	14+	25, 713.5	953.5		44.8%
F	14+	13, 508.0	1,174.90		55.2%
2004					
M y F	14+	40, 561.0	2,285.70	5.6%	100
M	14+	26, 138.0	999		43.7%
F	14+	14, 423.0	1,286.70		56.3%
2005					
M y F	14+	40, 791.8	2,438.30	6%	100
M	14+	25, 853.1	1,041.30		42.7%
F	14+	14, 938.7	1,397.00		57.3%
2006					
M y F	14+	42, 197.8	2,514.90	6%	100
M	14+	26, 597.9	1,041.90		41.4%
F	14+	15, 599.9	1,473.10		58.6%
2007					
M y F	14+	42, 906.7	2,670.60	6.2%	100
M	14+	26, 840.6	1,142.40		42.8%
F	14+	16, 066.0	1,528.10		57.2%

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de la Oficina Internacional del Trabajo (Key Indicators for the Labor Market)

2.4 Indicadores Económicos de la Industria Restaurantera.

Datos de la CANIRAC (2008) reflejan que la Industria Restaurantera mexicana valuó para el cierre de 2007 ingresos de \$154 mil millones de pesos. Para el cierre del 2008, estimó ingresos de los establecimientos del sector a nivel nacional, en \$158 mil millones de pesos, esto representa una variación del 2.5% con respecto al año anterior. Sin embargo para el año 2009, debido a diversos factores como la crisis económica, la ley antitabaco y la pandemia de la influenza AH1N1, la industria proyectó alcanzar apenas los \$140 mil millones de pesos, una reducción del -11.3%, lo cual representa un deterioro de la industria en su desarrollo dentro del sector turismo¹⁰.

Tabla 2.2 Ingresos de la industria restaurantera de 2007-2009

Año	Ingresos de la IR. (Miles de millones de pesos)	Variación %
2007	\$ 154,000.00	
2008	\$ 158,000.00	2.5%
2009	\$ 140,000.00	-11.3%

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de CANIRAC. (2008). Cifras de la Industria.

El Sistema de Cuentas Nacionales, agrupa en el Sector 72 a los Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas, el cual incluye el Subsector 722 referente a los Servicios de preparación de alimentos y bebidas y al los servicios de preparación de alimentos y bebidas ajustado y ampliado el cual incluye a los establecimientos que además de comercializar alimentos desempeñan otra actividad (casinos, museos, sitios históricos, hoteles, moteles, centros nocturnos). Con esta referencia se mencionan otros indicadores económicos importantes sobre la industria restaurantera.

Las unidades económicas son empresas de un sector específico, sobre los cuales se recopilan datos en un censo económico. En estas cifras sólo están contempladas las unidades económicas que se consideraron tenían incidencia en la actividad turística, las cuales fueron cuidadosamente seleccionadas por el personal del INEGI, SECTUR y por las oficinas estatales de turismo.

En la tabla 2.3 se observa que el total de unidades económicas en el Subsector 722 ha incrementado a lo largo del tiempo. En el año 1990 se reportaron 450,195 unidades, registrando para el 2004 un incremento del 14.5%. El año 2009 el sector presentó un gran crecimiento reportando 742, 036

¹⁰ Información obtenida del portal de la CANIRAC. Cifras de la Industria 2007, 2008 y 2009.

unidades económicas, esto significa un incremento del 43.8% con respecto al año 2004.

Tabla 2.3 Unidades económicas.

UNIDADES ECONOMICAS (miles de empresas)					
	1999	2004	Variación 99-04	2009	Variación 04- 09
Sub-Sector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas ajustado y ampliado	215,904	251,277	-	369,638	-
Sub-Sector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	234,291	264,459	-	372,398	-
Total	450,195	515,736	14.5%	742,036	43.8%

Fuente: Censos económicos 2009. Portal del Instituto Nacional de Geografía y Estadística INEGI.

En la tabla 2.4 se muestran los pagos y aportaciones en dinero y especie antes de cualquier deducción, destinados a retribuir el trabajo ordinario y extraordinario del personal. Ambos subsectores reportaron un total de 18 mil 725 millones de pesos para 1999. Debido al desarrollo de nuevos negocios en el sector y a la generación de empleos se presentó un aumento del 74% en 2004 y del 65% en 2009 respectivamente.

Tabla 2.4 Remuneraciones al personal. Censos 1999, 2004 y 2009.

REMUNERACIONES (miles de millones de pesos)					
	1999	2004	Variación 99-04	2009	Variación 04- 09
Sub-Sector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas ajustado y ampliado	10,007,362	17,687,118	-	28,173,261	-
Sub-Sector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	8,717,757	14,920,613	-	24,515,168	-
Total	18,725,119	32,607,731	74.1%	52,688,429	61.5%

Fuente: Censos económicos 2009. Portal del Instituto Nacional de Geografía y Estadística INEGI.

En la tabla 2.5 se indica el valor de todos los bienes y servicios producidos o comercializados por las unidades económicas. En 1999 se registró una producción total bruta de 129 mil 590 millones de pesos, para 2004 el crecimiento fue del 72%, con un total de 224 mil 077 millones de pesos.

Tabla 2.5 Producción Total Bruta. Censos 1999, 2004 y 2009.

PRODUCCION TOTAL BRUTA (miles de millones de pesos)				
	1999	2004	Variación 99-04	2009
Sub-Sector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas ajustado y ampliado	64,483,370	112,539,336	-	ND
Sub-Sector 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas	65,107,609	111,538,238	-	ND
Total	129,590,979	224,077,574	72.9%	-

Fuente: Censos económicos 2009. Portal del Instituto Nacional de Geografía y Estadística INEGI. Cifras disponibles solamente para 1999 y 2004.

Entre los indicadores de los subsectores de servicios de preparación de alimentos y bebidas antes mencionados, se observó una relación directamente proporcional en su comportamiento, ya que durante el periodo analizado presentaron tasas de crecimiento positivas, conforme el número de unidades económicas iba en aumento, las remuneraciones al personal y los bienes y servicios comercializados también crecían. Siendo esto un buen indicio de su desarrollo como actividad económica.

CAPITULO 3. MODALIDADES TURÍSTICAS.

El turismo se ha modificado en gran medida debido a un cambio en los patrones de comportamiento y las expectativas de la demanda, exigiendo experiencias únicas y variedad en las actividades que complementen e integren sus necesidades, demandando calidad y seguridad en lo recibido.

Existen modalidades o prácticas turísticas de acuerdo con el interés particular del viajero, entre las que encontramos¹¹:

Turismo de sol y playa: esta práctica ha sido la modalidad que mayores flujos de pasajeros propicia a escala internacional. El atractivo del mar, y principalmente las condiciones climáticas constituyen una motivación para realizar este tipo de viaje.¹²

Turismo cultural: el Dr. Héctor San Martín Gutiérrez refiere que este tipo de turismo es una actividad que permite contemplar y experimentar las diferentes formas de vida de una comunidad y, como consecuencia, comprender sus costumbres y tradiciones expresadas en lugares históricos, arqueológicos, arquitectónicos o de otra significación cultural (SERNATUR, 2008).

La Secretaría de Turismo (2010) ha identificado sub segmentos que complementan la importancia del turismo Cultural, entre los que se menciona:

El turismo religioso. Desplazamientos por motivo de fervor y devoción religiosa.

El turismo gastronómico. Vinculado a la gastronomía tradicional de un país.

El turismo idiomático. Desplazamiento cuya motivación principal es aprender un idioma.

Turismo de negocios: el motivo principal de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales. Dentro de esta modalidad se tienen los congresos, convenciones, viajes de incentivo, ferias y exposiciones.

Turismo de Salud: es una actividad mediante el cual las personas en el mundo viajan de su lugar de origen a otros países para someterse a tratamientos médicos y, al mismo tiempo conocer los atractivos turísticos del lugar visitado.

Ecoturismo: La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES) expresa que el ecoturismo es “El viaje responsable por parte del turista hacia zonas naturales el cual promueve la conservación del ambiente y el mejoramiento del nivel de vida de las comunidades que se visitan” (Citado en González, 2010, p. 47).

¹¹ Clasificación obtenida por SECTUR.

¹² Citado en “El turismo de sol y playa en el siglo XXI”.

Viajar a áreas naturales con el fin de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales (paisajes, flora y fauna), así como las manifestaciones culturales que puedan encontrarse.

Turismo deportivo o de aventura: se relaciona al interés de los viajeros por experimentar vacaciones activas realizando actividades o deportes interactuando con el medio ambiente natural y que contenga elementos de peligro.

En este apartado se dará una breve explicación sobre el turismo cultural para posteriormente citar el Turismo Gastronómico, tema en cuestión de esta investigación.

3.1 Turismo cultural.

El patrimonio cultural es la herencia que se ha transmitido de los antepasados, de generación en generación. Es un elemento de identidad de aquellos sitios y comunidades de un país que se va construyendo a lo largo de los siglos mediante un proceso de atribución de valores, sometido a continuos cambios de gusto y al propio dinamismo de las sociedades, es el testimonio de su existencia, de su visión del mundo, sus formas de vida y su manera de ser. Es un factor que ayuda al desarrollo de actividades para los turistas que visitan un sitio en particular.

Cuando una persona decide viajar, sin importar el tipo de turismo que realice, se enfrenta a actividades que están vinculadas al turismo cultural.

La Secretaría de Turismo define el Turismo Cultural como:

“Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico¹³”.

El turismo cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico del país. La correcta explotación de este tipo de turismo trae como consecuencia la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio y el desarrollo económico y social de las comunidades a partir de la generación de empleos.

De acuerdo al Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural (2002), se identificaron dos tipos de corrientes turísticas relacionadas con el turismo cultural:

¹³ SECTUR-CESTUR. (2002). Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural.

Turistas con interés especial en la cultura: este segmento del turismo cultural está totalmente interesado en los sitios y elementos del patrimonio cultural del país, es el motivo principal que conduce a este segmento a realizar un viaje.

Turistas con interés ocasional en la cultura: pertenecen a otros segmentos turísticos con diversas motivaciones, la cultura solo es un valor agregado al que solo se atribuye el gasto adicional que realizan en el país al realizar actividades relacionadas con la cultura.

En México, las cifras del turismo cultural no se han determinado con precisión, sin embargo, el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) estima haber captado en los espacios bajo su custodia 16.9 millones de visitantes en 2002. Los visitantes nacionales representaron alrededor del 80%, con un total de 13.5 millones de turistas y los internacionales tan solo un 20%, con 3.4 millones de turistas. Posteriormente se presentó un incremento en las visitas por turismo cultural, hasta el año 2006 donde solo se reportaron 16.8 millones de visitantes, cifra menor a la reportada en 2002. Después de éste ligero declive se observa un incremento, especialmente para 2008 con 19 millones de visitas, este año fue el más importante en cuanto a turismo cultural se refiere. A pesar de este panorama, los últimos dos años de la etapa analizada presentaron las cifras más bajas, registrando para 2010 solamente 14.9 millones de turistas, donde los visitantes nacionales representaron el 81% y los visitantes internacionales el 18%.

Cabe señalar que durante el periodo analizado en las visitas por turismo cultural predominan los turistas nacionales, sin embargo no se diferencia entre turistas y residentes de las ciudades en que se ubican los sitios. (Ver tabla 3.1)

Tabla 3.1 Visitantes por Turismo Cultural (millones de turistas)

Año	Turistas Nacionales	%	Turistas Internacionales	%	Total
2002	13,524,934	79.79	3,426,033	20.21	16,950,967
2003	14,432,746	79.77	3,660,002	20.23	18,092,748
2004	14,694,943	78.69	3,979,174	21.31	18,674,117
2005	15,065,788	79.94	3,781,371	20.06	18,847,159
2006	13,347,144	79.29	3,485,596	20.71	16,832,740
2007	13,376,538	77.14	3,964,541	22.86	17,341,079
2008	14,950,341	78.41	4,115,624	21.59	19,065,965
2009	13,559,405	82.58	2,860,948	17.42	16,420,353
2010	12,205,882	81.38	2,792,282	18.62	14,998,164

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Nacional de Antropología e Historia. Estadísticas de Visitantes.

El Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural (2002), estima que casi 70 millones de personas realizan actividades relacionadas con la cultura en México, donde el segmento de turistas con interés especial en la cultura, en México, representa el 5.5% de los viajeros nacionales y el 3% de los internacionales. En cuanto al segmento de turistas con interés ocasional en la cultura, representa el 35.7% de los viajeros nacionales y el 37% de viajeros internacionales.

Con estas cifras se puede ver que la mayoría de los turistas que viajan a México tienen un interés ocasional en la cultura y son extranjeros, teniendo interés en otras actividades además de las culturales, sin embargo, aquellos turistas que tienen especial interés por la cultura son los turistas nacionales, con esto se observa el reconocimiento y sentimiento de orgullo de la comunidad hacia nuestro patrimonio cultural como país.

En una encuesta de salida realizada en aeropuertos, para dicho estudio, se observó la distribución de los turistas motivados por la cultura o con interés ocasional por región en nuestro país (Tabla 3.2 y 3.3):

Tabla 3.2 Distribución de turistas motivados especialmente por la cultura por región en México.

Región	Viajeros Nacionales	Viajeros Internacionales
Norte	4%	34%
Occidente	33%	11%
Centro	37%	12%
Sur	26%	43%

Fuente: Turismo Cultural en México. Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del turismo Cultural en México. 2002.

Tabla 3.3 Distribución de turistas con interés ocasional por la cultura por región en México

Región	Viajeros Nacionales	Viajeros Internacionales
Norte	14%	38%
Occidente	34%	27%
Centro	42%	17%
Sur	8%	18%

Fuente: Turismo Cultural en México. Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del turismo Cultural en México. 2002.

Las regiones antes mencionadas comprenden los siguientes estados de la República:

Región Norte: Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, Sinaloa, Sonora y Tamaulipas.

Región Occidental: Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, San Luis Potosí, Querétaro y Zacatecas.

Región Central: Cd. De México, Guerrero, Estado de México, Hidalgo, Morelos, Puebla y Tlaxcala.

Región Sur: Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

Se puede observar que en la región norte hay mayor interés por parte de los viajeros internacionales a acudir a los estados que comprenden dicha región que los viajeros nacionales, una de las causas puede ser la cercanía entre estados con nuestro país vecino, Estados Unidos, siendo este el principal mercado receptor por volumen de personas que viaja a nuestro país.

En la región del centro y occidente del país, en ambos segmentos, es mayor el porcentaje de los viajeros nacionales que de los internacionales, debido a la riqueza y valor patrimonial en recursos tangibles que poseen los estados que comprenden estas regiones.

En la región sur los turistas extranjeros con interés especial en la cultura son aquellos que predominan. La riqueza del patrimonio cultural, haciendo referencia a su arquitectura, museos, ruinas arqueológicas, gastronomía, ferias o carnavales, y playas, además de todas las actividades que implica, es tan rica y variada que los visitantes extranjeros poseen un especial interés por visitar estos estados.

Los principales mercados receptores de turistas extranjeros a nuestro país y con interés especial en la cultura lo encabeza Estados Unidos, seguido por, Europa, Canadá, Latinoamérica, entre otros. (Ver tabla 3.4)

Tabla 3.4 Origen del turismo internacional motivado especialmente por la cultura.

Procedencia	Volumen de viajes culturales	% Turismo Cultural
Estados Unidos	451,697	76%
Europa	71,321	12%
Canadá	29,717	5%
Latinoamérica	29,717	5%
Otros	11,887	2%
Total	594,339	100%

Fuente: estimado en las cifras del reporte: El turismo en México 2001, Sector 2002 y encuesta en aeropuertos (Citado en Turismo Cultural en México. Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del turismo Cultural en México. 2002.)

3.2 Actividades relacionadas con el turismo cultural.

Para hacer referencia a las principales actividades del turismo cultural, primero se definirán aquellas actividades relacionadas con el patrimonio tangible e intangible.

Patrimonio cultural tangible: se refiere a los elementos materiales que tienen un valor monumental, artístico o simbólico que los pueblos van elaborando a través de su historia, tienen la capacidad de ser observados y palpados en el momento preciso. Abarca todo tipo de bienes muebles e inmuebles que forman parte del acervo del país.

Patrimonio cultural intangible: se refiere a los valores no materiales que forman parte del patrimonio, es la parte invisible que reside en el espíritu de las culturas, como las técnicas de producción e intercambio, crónicas, leyendas, fiestas, ceremonias, representaciones teatrales y musicales, la gastronomía, trajes típicos de una región, etc.

Una vez aclarado estos conceptos se puede decir que las actividades relacionadas con el patrimonio tangible son muy populares entre los turistas motivados especialmente por la cultura. Según el Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del turismo Cultural en México (2002), estas actividades representan el 48% del total de las actividades practicadas por el turismo nacional y el 63% por el turismo internacional.

A partir de las actividades del patrimonio tangible e intangible que se realizan en México, las zonas arqueológicas son aquellas favoritas entre los turistas internacionales motivados especialmente por la cultura. En segundo lugar se encuentran los monumentos arquitectónicos, seguido por la arqueología y las tradiciones, costumbres locales y ferias populares.

Para los turistas nacionales los monumentos arquitectónicos ocupan el primer lugar como actividad principal, seguido de los museos o galerías, la arqueología y en cuarto lugar la gastronomía de la región. (Ver tabla 3.5)

Tabla 3.5 Actividades relacionadas con el patrimonio cultural tangible e intangible.

Actividad o recurso tangible o Intangible	Nacional		Actividad o recurso tangible o Intangible	Internacional	
	Lugar	% de menciones		Lugar	% de menciones
Monumentos arquitectónicos	1	18%	Arqueología	1	27%
Museos o galerías	2	17%	Monumentos arquitectónicos	2	23%
Arqueología	3	13%	Tradiciones, costumbres locales y ferias populares	3	26%
Gastronomía	4	13%	Museos o galerías	4	13%
Tradiciones, costumbres locales y ferias populares	5	12%	Gastronomía	5	8%
Artesanías	6	9%	Artesanías	6	5%
Asistencia a conciertos y espectáculos	7	9%	Asistencia a conciertos y otros espectáculos	7	5%
Otros	8	9%	Otros	8	3%

Fuente: Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del turismo Cultural en México. 2002.)

3.3 Turismo Gastronómico

México es un país con una extraordinaria riqueza gastronómica; cada estado, región y pueblo de la República Mexicana cuenta con una amplia lista de platillos únicos ya que conforme va cambiando el medio geográfico y el paisaje, los olores y sabores nos ofrecen distintos picores, dulzuras, sabores y colores lo que permite tener una gran variedad de platillos y, a la vez, poseer una configuración gastronómica propia (CANIRAC, 2010).

La gastronomía como recurso turístico ha destacado en las dos últimas décadas según B. Gómez y X. A. Armesto (Parrondo, 2005), los productos alimenticios y las especialidades culinarias se convierten en el vehículo de acercamiento cultural de pueblos y territorios.

Este tipo de recursos han sido desarrollados por países como Francia, Italia y España, países con una gran riqueza en productos gastronómicos y técnicas culinarias, que han influenciado otras culturas para desarrollarse en este ámbito.

De esta manera, la cultura de un lugar o región tiene un carácter más activo y vivencial, procurando un desarrollo sostenible basado en el aseguramiento y mantenimiento de los recursos turísticos, mejorar los niveles de bienestar de la población que se encarga de la producción y comercialización de los productos turísticos; y garantizar la satisfacción de la experiencia turística mediante la calidad.

Hoy en día con el fenómeno de la globalización, la continua comunicación de millones de personas y la influencia de los medios de comunicación y el comercio, han conducido a un mayor conocimiento y aprecio de las cocinas extranjeras, y una mayor facilidad para acceder a su preparación. Sin embargo, la gran mayoría de esas recetas y sus variaciones tienen sus orígenes en las cocinas tradicionales desarrolladas durante mucho tiempo, con rituales de preparación transmitidos a lo largo de muchas generaciones (Morales, 2008).

El turismo que se desarrolla en nuestro país, siempre ha tenido como uno de sus componentes principales al patrimonio cultural. La gastronomía, como parte de éste patrimonio, constituye un gran potencial de desarrollo; al transformarlo como producto turístico para ponerlo a disposición del mercado por medio de la actividad empresarial. Un ejemplo de esto es la creación de las Rutas Gastronómicas, que además ayudan a preservar las antiguas tradiciones y modos de vida de las comunidades, muchas veces expresadas a través de los alimentos y su preparación y promoviendo la utilización de ingredientes locales fomentando un tipo de turismo que sin duda es sustentable.

Desde el punto de vista turístico, una ruta cultural es un recorrido que, con un argumento temático basado en los recursos patrimoniales y con una oferta de servicios apropiada, facilita al visitante una experiencia satisfactoria de viaje, superior a la que alcanzaría con la visita individualizada de dichos recursos.

Entre las rutas gastronómicas más importantes del país se encuentran:

La Ruta del Cacao: ruta que recorre cuatro municipios en el estado de Tabasco; Nacajuca, Jalpa de Méndez, Comalcalco y Paraíso, donde se encuentran las haciendas de cacao, ofreciendo talleres de elaboración de chocolate y técnicas de confitado (Santana Hernández, & Elizabeth G., 2009).

La Ruta del Tequila: en el estado de Jalisco, se realizan recorridos por los municipios de Amatitán y Tequila, lugares de gran tradición donde se cultiva la planta de agave. Abarca visitas a las antiguas haciendas coloniales donde se elabora esta bebida, dando a conocer el proceso de producción y las tradiciones asociadas al agave, además de disfrutar de atributos turísticos culturales propios de dichos lugares (Visit Mexico, 2009).

La Ruta del Café: ruta que tiene origen en el estado de Chiapas donde se realizan recorridos por haciendas cafetaleras como la Finca Argovia, Finca

Hamburgo, Finca Chiripa y la Finca Irlanda; para conocer dónde y cómo se produce el grano del café, además se complementa con actividades de montañismo, camping y rapel, lo cual permite diversificar su oferta turística.

La Ruta del Pulque: con el objetivo de promover el pulque, el estado de Tlaxcala ha creado una ruta que recorre las haciendas que elaboran esta bebida, acercando y dando conocimiento a los visitantes sobre el cultivo del maguey, la preparación del agua miel y la fermentación de ésta para producir pulque. La ruta abarca los municipios de Calpulalpan, Nanacamilpa y Tlaxco (Administración Suená México, 2009)

La Ruta de la Vainilla: recorridos por la región de Totonacapan (Papantla), en el estado de Veracruz, que combinan la visita a los vainillales, así como paseos por hermosos manglares, liberación de tortugas en las costas de Tecolutla, la visita a la zona arqueológica del Tajín y visitas a las comunidades auténticamente totonacas. (VeratourInforma, 2009)

La Ruta del Vino: ruta que muestra hermosos paisajes del estado de Baja California, además de un amplio conocimiento del cultivo de la vid y viajes gastronómicos. La ruta se divide en cuatro circuitos. En el primer circuito se visitan grandes casas vinícolas como L.A Cetto y Casa Pedro Domeq. Comienza en el Rancho L´Ave hasta San José de la Zorra. El circuito número dos continúa hacia el norte de Tijuana, en la región del Porvenir donde se ubican los viñedos de Guadalupe y Barón Blaché, ambos ofrecen degustación de vinos. El circuito número tres consta de tres entradas en diferentes lugares dentro del Valle de Guadalupe para llegar al viñedo Chateau Camou, y pasos más adelante se ubica la vinícola Monte Xanic, donde se imparten pláticas sobre su historia y los vinos de casa. Por último, en el cuarto circuito se encuentra Bibayoff, la única vinícola con tradición rusa, la vinícola Viñas Pijoan que aún conserva sus raíces familiares en la que se produce vino artesanal. Con la Ruta del Vino se puede conocer con detalle toda la historia de la uva, las variedades que existen en la región y la forma de producirla (Visiting Mexico, 2009).

La Ruta de los Mil Sabores del Mole: el recorrido inicia en el sur de la ciudad de México, en el pueblo de San Pedro Actopan, donde cada año durante el mes de octubre se festeja la Feria Nacional del Mole, con recetas tradicionales que se han conservado de generación en generación. Continúa por el estado de Tlaxcala en la zona arqueológica de Cacaxtla, donde se encuentra el mole de cacahuete. De este lugar, continúa el estado de Puebla, donde además de visitar monumentos coloniales se encuentra el tradicional mercado poblano para degustar las diversas variedades de mole. Esta ruta continúa por el estado de Oaxaca, visitando joyas coloniales como el Palacio de Gobierno, el Museo de Arte Contemporáneo y el Instituto de Artes Gráficas, y por último el

mercado, donde se encuentra una gran variedad de productos artesanales, además del mole.

Así mismo, en el 2009 se llevó a cabo la primera Ruta Gastronómica llamada “Aromas y Sabores de México”, este concepto fue ideado con la ayuda del Chef Patricia Quintana en colaboración con el Gobierno de Chiapas a través de la Secretaría para el Desarrollo de la Frontera Sur y en coordinación con la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), así como el Ayuntamiento Municipal. Este evento se realizó en el estado de Chiapas (Tapachula), con la participación de 100 empresarios dedicados a la oferta de alimentos y bebidas; con el fin de promocionar los destinos culturales de México en base a sus costumbres y gastronomía tradicional y regional, dirigido a turistas locales, nacionales y extranjeros para generar mayores ingresos en el sector.

Para mayo del 2010, se realizó la Segunda Ruta Gastronómica “Aromas y Sabores de México”, organizada de la misma manera por CANIRAC, así como la participación y apoyo de gobiernos estatales del estado de Querétaro, Estado de México, Guanajuato y Michoacán, la Secretaría de Turismo, SAGARPA y otras entidades gubernamentales. A este evento se convocó la participación de 70 periodistas, chefs y touroperadores internacionales para dar un recorrido por los estados de Querétaro, Estado de México, Michoacán y el Distrito Federal, lugar donde comenzó el evento.

Cabe mencionar que el Chef Patricia Quintana creó este concepto gastronómico para mostrar los platillos tradicionales de la cocina mexicana con el objetivo de que nuestra gastronomía sea difundida y promovida por los invitados extranjeros en sus países a través de sus respectivos medios de comunicación, restaurantes y agencias de viajes.

CAPITULO 4. TURISMO Y SALUD.

El tema de turismo y salud ha adquirido gran fuerza considerando el esfuerzo organizado de la comunidad mundial para proteger la salud de los turistas y de la comunidad misma, que puede verse afectada como resultado de la afluencia de los viajeros a un lugar determinado.

La actividad económica del turismo se considera una industria que ejerce un impacto en el desarrollo social y económico de las poblaciones receptoras de turistas, estimulando el mejoramiento de la infraestructura, las condiciones sanitarias y del medio ambiente, así como de la calidad de los servicios que se ofrecen (SSA, SECTUR, & otros, 1990).

Desde el punto de vista biológico y social, su importancia radica en la cantidad de turistas que entran al país y se exponen a determinados riesgos que potencialmente, pueden afectar su salud y que a su vez son portadores de factores que son capaces de generar problemas de salud en la población local.

En relación a la salud de los turistas, los problemas más importantes a considerar son los relacionados con los procesos de contaminación y la degradación de la ecología costera y marina, la disposición de los desechos sólidos y líquidos, el abastecimiento del agua y el control de su calidad, la higiene y la protección alimentaria donde destacan las enfermedades transmitidas por los alimentos (ETA'S).

Muchos países en desarrollo están mal equipados para hacer frente a los problemas de seguridad alimentaria. Carecen de recursos técnicos y financieros, un marco institucional efectivo, mano de obra capacitada y la información suficiente sobre los peligros y riesgos que implica.

Para esto la Organización Mundial de la Salud (OMS) a través del Departamento de Inocuidad de los Alimentos realiza programas de apoyo para fomentar la seguridad alimentaria como una prioridad en la salud pública en estos países. Desarrolla estrategias de seguridad alimentaria para aumentar su participación en las actividades del Codex Alimentarius. Evalúa riesgos y controla peligros químicos y microbiológicos. Existen además instituciones asociadas como la Red Global de Infecciones Transmitidas por Alimentos (GFN), conocida también como Global Slam Surv (GSS), que participa en la capacitación y proporciona asistencia técnica y herramientas educativas para las iniciativas de seguridad alimentaria.

Al preservar y fomentar la salud de los turistas y de la población local que desarrolla sus actividades en torno al turismo, no solamente se cumple con un principio básico de los derechos humanos, sino también, se estimula una actividad económica destinada a sentar las bases de un desarrollo sostenido

que repercute en el bienestar de la población. Para lograr este desarrollo se requiere el fortalecimiento y ampliación de bienes y servicios en materia de infraestructura hotelera, restaurantes, transporte, telecomunicaciones, espacios culturales, servicios médicos, etc.

4.1 Recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

La Organización Mundial de la Salud ha hecho publicaciones sobre la importancia de la seguridad alimentaria.

En dichos escritos se manifiesta que la seguridad alimentaria es un tema de salud cada vez más importante, donde los gobiernos de todo el mundo están intensificando sus esfuerzos en respuesta a que este problema ha ido en aumento y por la preocupación que se tiene por los consumidores.

La OMS define a las Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA's) a aquellas enfermedades infecciosas o tóxicas, causadas por agentes que entran en el cuerpo a través de la ingestión de alimentos. La aparición de estas enfermedades se relaciona con la calidad del agua potable y la eliminación de los desechos sólidos, así como por el manejo y manipulación de los alimentos.

Las ETA's son un problema generalizado y creciente de salud pública, tanto en países desarrollados como en países en vías de desarrollo.

Según la OMS la incidencia mundial de enfermedades transmitidas por alimentos es difícil de calcular, se reportó que en el 2005 solamente 1.8 millones de personas murieron por enfermedades diarreicas. Una gran porción de estos casos se le atribuyó a la contaminación de alimentos y agua potable. Además se ha reportado que en los países industrializados un 30% de la población ha sufrido enfermedades transmitidas por alimentos.

Un ejemplo de esto se encuentra en Estados Unidos, donde alrededor de 76 millones de casos por enfermedades transmitidas por alimentos han culminado en 325,000 hospitalizaciones y 5,000 muertes.

Según la OMS las enfermedades transmitidas por alimentos surgen por diversas razones:

1. Aumento de los viajes internacionales: Los viajeros y los inmigrantes pueden estar expuestos a peligros desconocidos en el extranjero y pueden resultar infectados por patógenos transmitidos por los alimentos que no son comunes en su país de origen.

2. El intercambio de productos entre países. Por ejemplo, el brote de ciclosporiasis que ocurrió en América del Norte entre 1996 y 1997 vinculado con las frambuesas contaminadas importadas de América del Sur.
3. La adaptación microbiana: Debido a la introducción involuntaria de agentes patógenos en nuevas áreas geográficas. Los cambios en las poblaciones microbianas puede dar lugar a la evolución de nuevos patógenos, el desarrollo de nuevas cepas y la resistencia bacteriana que puede hacer que una enfermedad sea más difícil de tratar.
4. El comportamiento humano: El acelerado ritmo de vida actual y el aumento de familias mono parentales y de mujeres que trabajan han introducido cambios en los hábitos de consumo y la preparación de los alimentos, mostrando preferencia en adquirir comidas preparadas en restaurantes, cantinas, restaurantes de comida rápida y puestos ambulantes de alimentos donde no se tiene plena conciencia de la higiene en la manipulación de los alimentos.

La contaminación de los alimentos crea una enorme carga social y económica sobre los sistemas de salud y sus comunidades. Se estima que en Estados Unidos, las principales enfermedades causadas por patógenos llegaron a costar hasta 35 millones de dólares en 1997. Su control requiere de un esfuerzo concertado por parte de los gobiernos, la industria alimentaria y los consumidores.

Algunos retos que deben abordarse para ayudar a garantizar la seguridad alimentaria incluye el comercio de alimentos, los cambios en el estilo de vida, los viajes internacionales, la contaminación ambiental, los desastres naturales y aquellos provocados por el hombre. La cadena de producción de alimentos se ha vuelto más compleja y ofrece mayores oportunidades para la contaminación y crecimiento de patógenos.

La labor de la OMS es fortalecer los sistemas de inocuidad de los alimentos, la promoción de buenas prácticas de higiene y educar a los minoristas y consumidores sobre la manipulación de los alimentos de forma adecuada, de tal manera que la OMS en colaboración con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), han desarrollado políticas que promuevan aun más la inocuidad de los alimentos. Estas políticas cubren toda la cadena alimentaria desde la producción hasta el consumo. Estas dos entidades crearon en 1963 un organismo llamado Codex Alimentarius cuyas normas, criterios y recomendaciones son considerados como referencia internacional para los requisitos de inocuidad de los alimentos.

Como parte de su campaña sobre inocuidad alimentaria, la OMS publicó las 5 claves para la inocuidad de los alimentos y una guía de seguridad alimentaria para los viajeros.

De manera general, estos documentos son recomendaciones que hace la OMS para prevenir enfermedades relacionadas con los alimentos y qué hacer en caso de que se presenten enfermedades diarreicas en niños y adultos.

4.1.1 Las 5 claves para la inocuidad de los alimentos de la OMS.

Este documento señala 5 puntos básicos sobre la inocuidad de los alimentos:

1. Mantenga la limpieza:

Lavarse las manos antes de preparar alimentos y a menudo durante la preparación.

Lavarse las manos después de ir al baño.

Lavar y desinfectar todas las superficies y equipos usados en la preparación de los alimentos.

Proteger los alimentos y las áreas de cocina de insectos, mascotas y otros animales (guardar los alimentos en recipientes cerrados).

En la tierra, el agua, los animales y la gente se encuentran microorganismos peligrosos que causan enfermedades originadas por los alimentos. Ellos son llevados de una parte a otra por las manos, los utensilios, ropa, trapos de limpieza, esponjas y cualquier otro elemento que no ha sido adecuadamente lavado y un contacto con ello puede contaminar los alimentos.

2. Separar los alimentos crudos y cocinados:

Separar siempre los alimentos crudos de los cocinados y de los listos para comer.

Usar equipos y utensilios diferentes, como chuchillos o tablas para cortar, para manipular carne, pollo, pescado y otros alimentos crudos.

Conservar los alimentos en recipientes separados para evitar contacto entre crudos y cocidos.

Los alimentos crudos, especialmente, carne, pollo, pescado y sus jugos, pueden estar contaminados con microorganismos peligrosos que pueden transferirse a otros alimentos, tales como comidas cocinadas o listas para comer, durante la preparación de los alimentos o mientras se conservan.

3. Cocine completamente:

Cocine completamente los alimentos, especialmente carne, pollo, huevo y pescado.

Hierva los alimentos como sopas y guisos para asegurarse que ellos alcanzaron 70°C. Se recomienda el uso de termómetros.

Recalentar la comida cocinada.

La correcta cocción mata casi todos los microorganismos peligrosos. Cocinar el alimento de tal manera que alcance 70°C en todas sus partes garantiza la inocuidad de los alimentos para el consumo.

Existen alimentos como trozos grandes de carne, pollo entero o carne molida que requieren especial control en la cocción.

El recalentamiento adecuado mata los microorganismos que pudieron desarrollarse durante la conservación de los alimentos.

4. Mantenga los alimentos a temperaturas seguras:

No deje alimentos cocidos a temperatura ambiente por más de 2 horas.

Refrigere lo más pronto posible los alimentos cocinados y perecederos.

Mantenga la comida caliente (arriba de los 60°C).

No guarde comida por tiempo prolongado.

No descongelar alimentos a temperatura ambiente.

Algunos microorganismos pueden multiplicarse rápidamente si el alimento es conservado a temperatura ambiente pues necesitan humedad, temperatura y tiempo para reproducirse.

Por debajo de los 5°C para refrigeración y arriba de los 60°C para recalentamiento, el crecimiento microbiano se detiene o se hace más lento.

5. Use agua y materia prima segura:

Use agua potable.

Seleccione alimentos sanos y frescos.

Para su inocuidad, elija alimentos ya procesados, tales como leche pasteurizada.

Lave y desinfecte frutas y verduras, especialmente si se consumen crudas.

No utilice alimentos después de la fecha de vencimiento.

Las materias primas incluyendo el agua, pueden contener no solo microorganismos sino también químicos dañinos. Es necesario tener cuidado en la selección de los productos crudos y tomar medidas de prevención como lavarlos y desinfectarlos para reducir el peligro.

Todas estas recomendaciones pueden sonar obvias, sin embargo, no toda la gente que labora en los establecimientos de alimentos y bebidas como en los hogares u otro lugar donde se manejen alimentos, se encuentran familiarizados con ellas y mucho menos lo pone en práctica. De modo que, siendo sugerencias tan simples de llevar a cabo es importante que se tomen en cuenta para la realización de estándares y sistemas de gestión de la calidad de los alimentos en los restaurantes.

4.2 Codex Alimentarius.

La Comisión del Codex Alimentarius es un organismo que fue establecido por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) con el fin de proteger la salud de los consumidores y garantizar prácticas leales en el comercio alimentario. La Comisión se reunió por primera vez en 1963 y cuenta con 180 Estados miembros, en los que se encuentra México y La Unión Europea.

Miembros de la Comisión Codex Alimentarius por región:

África:

Angola	Côte d'Ivoire	Guinea-Bissau	Mozambique	Sierra Leona
Benin	Djibouti	Kenya	Nambia	Somalia
Botswana	Eritrea	Lesotho	Nigeria	Sudáfrica
Burkina Faso	Eritrea	Liberia	Niger	Swazilandia
Burundi	Etiopia	Madagascar	Republica Centroafricana	Togo
Cabo Verde	Gabón	Malawi	Republica Democrática del Congo	Uganda
Camerún	Gambia	Malí	Republica Unida de Tanzania	Zambia
Chad	Ghana	Marruecos	Rwanda	Zimbabwe
Comoras	Guinea	Mauricio	Santo Tomé y Príncipe	
Congo	Guinea Ecuatorial	Mauritania	Seychelles	

América Latina y el Caribe:

Antigua y Barbuda	Colombia	Guayana	Perú	Venezuela
Argentina	Costa Rica	Haití	Republica Dominicana	
Bahamas	Cuba	Honduras	Saint Kitts y Nevis	
Barbados	Dominica	Jamaica	San Vicente y las Granadinas	
Belice	Ecuador	México	Santa Lucia	
Bolivia	El Salvador	Nicaragua	Surinam	
Brasil	Granada	Panamá	Trinidad y Tobago	
Chile	Guatemala	Paraguay	Uruguay	

América del Norte:

Canadá	Estados Unidos de América
--------	---------------------------

Asia:

Afganistán	Filipinas	Mongolia	Singapur
Bangladesh	India	Myanmar	Sri Lanka
Bhután	Indonesia	Nepal	Tailandia
Brunei Darussalam	Japón	Pakistán	Vietnam
Camboya	Malasia	Republica Democrática Popular Lao	
China	Maldivas	Republica Popular Democrática de Corea	

Cercano Oriente:

Arabia Saudita	Jamahiriya Árabe Libia	Sudán
Argelia	Jordania	Túnez
Bahrein	Kuwait	Yemen
Egipto	Líbano	
Emiratos Árabes Unidos	Omán	
Iraq	Qatar	
Irán	República Árabe Siria	

Europa:

Albania	Dinamarca	Hungría	Malta	Serbia
Alemania	Eslovaquia	Irlanda	Moldova	Suecia
Armenia	Eslovenia	Islandia	Montenegro	Suiza
Austria	España	Israel	Noruega	Tayikistán
Belarús	Estonia	Italia	Países Bajos	Turquía
Bosnia y Herzegovina	Ex Republica Yugoslava de Macedonia	Kazajstán	Polonia	Ucrania
Bulgaria	Federación Rusa	Kirguistán	Portugal	Unión europea
Bélgica	Finlandia	Letonia	Reino Unido	Uzbekistán
Chipre	Georgia	Lituania	Republica Checa	
Croacia	Grecia	Luxemburgo	Rumania	

Pacífico Sudoccidental:

Australia	Kiribati	Samoa
Fiji	Micronesia	Tonga
Islas Cook	Nueva Zelanda	Vanuatu
Islas Salomón	Papua Nueva Guinea	

El Codex Alimentarius se trata de un compendio de normas alimentarias, criterios y códigos de prácticas para el manejo adecuado de los alimentos concertados de manera internacional.

Las normas del Codex se aprueban en su mayoría por consenso, se reúnen científicos, expertos técnicos, autoridades gubernamentales de reglamentación y organizaciones internacionales de consumidores y de la industria. Estas normas se basan en los mejores conocimientos científicos y técnicos disponibles y se van actualizando en función de las necesidades de la industria.

El Codex Alimentarius se guía por el principio de que los consumidores tienen derecho a contar con que sus alimentos sean inocuos, de buena calidad e idóneos para el consumo; dichas características son esenciales para los alimentos que son objeto del comercio internacional. Otra finalidad del Codex es proteger a los consumidores de las prácticas engañosas, esto se refiere al etiquetado de los alimentos, ya que contribuye a proporcionar a los consumidores información completa y útil para guiarlos en la elección de sus alimentos.

El Codex Alimentarius es una ayuda en materia de legislación y reglamentación alimentaria para los países que desean utilizar estos textos como referencia, desempeña un papel importante especialmente para aquellos países en

desarrollo que quizá no dispongan de la infraestructura y los conocimientos especializados necesarios para establecer normas y controles de la inocuidad de los alimentos y sistemas de gestión adecuados. Con la armonización internacional de las normas se logra facilitar el comercio alimentario y el desarrollo económico sostenible.

Los textos del Codex son de práctica voluntaria, son únicamente recomendaciones cuya aplicación para muchos gobiernos es de gran beneficio ya que las consideran favorables para los consumidores y el comercio de sus países.

El Codex Alimentarius abarca miles de normas que pueden ser generales, aplicables a todos los alimentos; o normas específicas para ciertos alimentos o productos.

Las normas generales comprenden temas como la higiene, el etiquetado, los residuos de pesticidas y medicamentos usados en veterinaria, los sistemas de inspección y certificación de las importaciones y exportaciones, los métodos de análisis y muestreo, los aditivos alimentarios, los contaminantes, así como la nutrición y los alimentos para usos dietéticos especiales. Además, existen normas específicas para todo tipo de alimentos, desde las frutas y verduras frescas, congeladas o procesadas, los zumos de fruta, los cereales y las legumbres, las grasas y los aceites, el pescado, la carne, el azúcar, el cacao y el chocolate, la leche y los productos lácteos.

El texto que hace referencia a este trabajo de investigación es el Código Internacional de Prácticas Recomendado- Principios Generales de Higiene en los Alimentos¹⁴.

4.2.1 Código Internacional de Prácticas Recomendado- Principios Generales de Higiene en los Alimentos. Codex Alimentarius.

Los brotes de enfermedades transmitidas por los alimentos pueden perjudicar al comercio y al turismo, y provocar pérdidas de ingresos, desempleo y demandas. El deterioro de los alimentos ocasiona pérdidas en costos y puede influir negativamente en el comercio y en la confianza de los consumidores.

Es imprescindible un control eficaz de la higiene, a fin de evitar consecuencias perjudiciales que derivan de las enfermedades y los daños provocados por los alimentos y por el deterioro de los mismos para la salud y la economía.

Se reconoce internacionalmente que los controles descritos en el documento de Principios Generales de Higiene en los Alimentos son fundamentales para

¹⁴ Fuente: Codex Alimentarius. (2011). ¿Qué es el Codex?

asegurar que los alimentos sean inocuos y aptos para el consumo. Estos principios se recomiendan a los gobiernos, a la industria (incluidos los productores individuales primarios, los fabricantes, los operadores de servicios alimentarios) así como a los consumidores.

Los Principios Generales de Higiene de los Alimentos del Codex Alimentarius constituyen una firme base para garantizar la higiene de los alimentos, haciendo hincapié en los controles esenciales en cada fase de la cadena alimentaria y recomendando la aplicación del Sistema de Análisis de Riesgos y de los Puntos Críticos de Control (HACCP) siempre que sea posible, para potenciar la inocuidad de los alimentos.

El Sistema HACCP permite determinar riesgos concretos y adoptar medidas preventivas para evitarlos. Es un sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos basado en el control de los puntos críticos en la manipulación de los alimentos para prevenir problemas al respecto, ya que propicia un uso más eficaz de los recursos y una respuesta más oportuna a tales problemas. El sistema HACCP facilita la inspección por parte de las autoridades encargadas de regular el control de los alimentos y favorece el comercio internacional al aumentar la confianza de los compradores en la inocuidad de los alimentos.

Objetivos de los Principios Generales del Codex Alimentarius en materia de Higiene de los alimentos son:

- Identificar los principios esenciales de higiene de los alimentos aplicables a lo largo de toda la cadena alimentaria (desde la producción primaria hasta el consumidor final), a fin de lograr que los alimentos sean inocuos y aptos para el consumo humano.
- Recomendar la aplicación de criterios basados en el sistema HACCP para elevar el nivel de inocuidad alimentaria.
- Fomentar la aplicación de dichos principios.
- Facilitar la orientación para códigos específicos que puedan necesitarse para los sectores de la cadena alimentaria, los procesos o los productos básicos, con objeto de ampliar los requisitos de higiene específicos para estos sectores.

Los gobiernos pueden examinar el contenido del documento y decidir la mejor manera de fomentar la aplicación de estos principios para proteger a los consumidores de las enfermedades o daños causados por los alimentos, garantizar que los alimentos sean aptos para el consumo humano, mantener la confianza en los alimentos comercializados y realizar programas de educación en este tema que permitan comunicar eficazmente los principios de higiene a los involucrados en la industria alimentaria.

De la misma manera, la industria podrá aplicar estos principios con el fin de proporcionar alimentos seguros para el consumo, asegurar que los trabajadores involucrados en la industria dispongan de información clara y fácil de comprender de manera que puedan aprender a proteger los alimentos de la contaminación y el desarrollo de patógenos almacenándolos, manipulándolos y preparándolos correctamente.

En cada sección del documento de los Principios Generales del Codex Alimentarius en materia de higiene de los alimentos, se exponen los objetivos a alcanzar, así como su justificación en cuanto a la inocuidad de los alimentos.

El Código regula la producción primaria y los procedimientos afines, es decir, aquellas actividades u acciones de donde se obtiene la materia prima, por ejemplo, la agricultura, la ganadería, la pesca, etc. Aunque las prácticas de higiene pueden diferir considerablemente para los distintos productos alimenticios, de tal manera que solo se dan algunas recomendaciones generales que van desde la higiene del medio, la producción de la materia prima, su manipulación, almacenamiento y transporte, y el mantenimiento y la higiene del personal; entre las que se encuentran:

- Controlar la contaminación precedente del aire, suelo, agua, fertilizantes (incluidos los abonos naturales), plaguicidas, medicamentos veterinarios, o cualquier otro agente utilizado en la producción primaria.

- Controlar el estado de salud de animales y plantas de manera que no originen ninguna amenaza para la salud humana por medio del consumo de los productos.

- Proteger los alimentos de la contaminación de plagas, contaminantes químicos, físicos, así como de sustancias durante la manipulación, el almacenamiento y el transporte.

Se establecen principios generales de higiene aplicados desde:

- El emplazamiento.

- La construcción de las instalaciones.

- Equipo.

- Estructuras internas y mobiliario.

- Equipo de control y vigilancia de los alimentos.

- Recipientes para desechos y sustancias no comestibles.

- Servicios, como: abastecimiento de agua, desagüe y eliminación de desechos, instalaciones para limpieza de alimentos, equipo y utensilios, servicios de higiene y aseo para el personal, control de la temperatura en procesos como

refrigeración, cocción, congelación y calentamiento de los alimentos; calidad del aire y ventilación, iluminación y almacenamiento.

Se contemplan también, principios generales de higiene que abarca el control de las operaciones:

- Control de los riesgos alimentarios mediante el sistema HACCP, para identificar todas las fases de las operaciones que sean fundamentales para mantener la inocuidad de los alimentos, aplicar procedimientos eficaces de control en esas fases, vigilar los procedimientos de control para asegurar su eficacia y examinar los procedimientos de control periódicamente y cuando cambien las operaciones.

- Aspectos fundamentales de los sistemas de control de la higiene, como: control de tiempos y temperaturas, fases de procesos específicos como el enfriamiento o el envasado en vacío. Contaminación microbiológica, física y química.

- Requisitos relativos a las materias primas, como: envasado, el contacto con los alimentos, uso de hielo.

- Dirección y supervisión.

- Documentación y registros.

- Procedimientos para retirar los alimentos.

Cuenta con principios de higiene en relación a las instalaciones: mantenimiento y saneamiento:

- Condiciones generales de mantenimiento y limpieza.

- Procedimientos y métodos de limpieza.

- Programas de limpieza.

- Plagas: consideraciones generales, medidas para impedir el acceso, anidamiento e infestación, vigilancia y detección, erradicación.

- Tratamiento de los desechos.

Se enfatizan principios de higiene en relación a la higiene del personal:

- Enfermedades y lesiones.

- Aseo personal.

- Comportamiento del personal.

- Visitantes.

Regula principios de higiene en relación al transporte, información sobre los productos y la importancia de la capacitación.

Será inevitable que se presenten situaciones en que algunos de los requisitos específicos no sean aplicables, en tal caso, el mismo texto lo señala utilizando frases como “en caso necesario” y “cuando proceda”. Para decidir si un requisito es necesario o apropiado se recomienda llevar a cabo una evaluación de riesgos desde el punto de vista del Sistema HACCP. De esta manera se tiene en cuenta la amplia diversidad de actividades y los diversos grados de riesgo que acompañan la producción de alimentos¹⁵.

4.3 Distintivos de Calidad en el Manejo Higiénico de los Alimentos.

Los distintivos de calidad más importantes en el mundo dentro del sector turístico y que incluyen el manejo higiénico de los alimentos son los siguientes: (Ver tabla 4.1)

Servsafe

Esta certificación fue creada en Estados Unidos por la National Restaurant Association (NRA). Servsafe es un programa de entrenamiento y certificación en seguridad alimentaria como apoyo a empresarios y trabajadores involucrados en el sector restaurantero, brinda herramientas para comprender el peligro que corren los alimentos al momento de manipularlos y de esta manera prevenirlos o reducirlos. Los cursos son impartidos por instructores certificados con experiencia en la industria hotelera y restaurantera. Esta certificación tiene vigencia de 5 años, con opción a renovarse.

Los textos del manual de Servsafe tienen como referencia las recomendaciones establecidas por la Organización Mundial de la Salud, el Codex Alimentarius y el sistema HACCP¹⁶.

Distintivo Q

El distintivo Q surgió en España en 1995, dirigido al sector turístico español. Esta certificación aporta a los establecimientos turísticos: prestigio, diferenciación y fiabilidad. Los establecimientos avalados con este distintivo han pasado por estrictas auditorías que aseguran que el servicio ofrecido es garantía de calidad y seguridad para el cliente.

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) es el encargado de otorgar éste distintivo.

¹⁵ Fuente: Codex Alimentarius. (2003). Código Internacional de Prácticas Recomendadas para Principios Generales de Higiene de los Alimentos.

¹⁶ Fuente: Servsafe. (2011). Certification support.

Las normas son creadas por los llamados Comités Técnicos de Normalización, por entidades empresariales, instituciones, asociaciones y empresarios en base a diagnósticos de oferta y demanda, a partir de los cuales se establecen requisitos, estándares de servicio y de proceso que deben cumplir los establecimientos respecto a la norma y que deseen obtener el distintivo Q.

En su realización se ha buscado que sea una herramienta de gestión para el empresario, de manera que le permita disponer de procesos de mejora continua y adaptación a la evolución del mercado.

Actualmente el ICTE posee normas para diversos servicios turísticos como hoteles y apartamentos turísticos, restaurantes, campings, espacios naturales protegidos, oficinas de información turística, palacios de congresos, playas, campos de golf, empresas de tiempo compartido, alojamientos rurales, estaciones de esquí y montaña, programas de formación para guías turísticos, balnearios, etc.

Para adquirir las normas se debe comprar la documentación a través de la página web www.calidadturistica.es completando el formulario correspondiente.

El distintivo Q tiene vigencia de 3 años, posteriormente se realiza una auditoria de seguimiento para la renovación.

Estas normas son compatibles con el Sistema HACCP e ISO- 9000¹⁷.

Distintivo Cristal

El programa de gestión de riesgos de seguridad alimentaria Cristal surge en Inglaterra en el año 2006 específicamente para la industria turística. Se trata de normas de alto nivel que tienen como base el Codex Alimentarius y las recomendaciones de la OMS para evaluar el manejo higiénico de los alimentos e inocuidad del agua.

Para el cumplimiento de estas normas expertos en este distintivo realizan auditorias que incluyen cuestionarios con más de 250 puntos de control para evaluar el cumplimiento del programa de seguridad alimentaria y el riesgo de la operación.

Cuando un establecimiento muestra un manejo consistente en las prácticas de higiene en los alimentos, se le otorga esta certificación y se publica en la lista de hoteles de Check Safety First, con vigencia de 1 año.¹⁸

¹⁷ Fuente: Instituto para la Calidad turística española. (2003). Las Normas de Calidad.

¹⁸ Fuente: Check Safety First. (2011). Standards.

Tabla 4.1 Distintivos de Calidad más importantes a nivel mundial.

Distintivo	País
Distintivo H 	México
Servsafe 	Estados Unidos
Distintivo Q 	España
Distintivo Cristal 	Inglaterra

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de <http://www.cegaho.com.mx/descargas/articulo01.pdf>

En una investigación realizada por el Mtro. Antonio Montecinos¹⁹, se describe que los restaurantes por ser los principales promotores de la gastronomía de cada destino y dependiendo del origen de los mercados, los requerimientos con respecto a los servicios en los establecimientos de alimentos y bebidas demandados son diferentes a los presentados por la oferta restaurantera de México.

El Maestro muestra un resumen de los resultados obtenidos al realizar una encuesta a 203 turistas en la Ciudad de México²⁰:

Se notaron diferencias sustanciales en cada uno de los segmentos de turistas, por ejemplo, los turistas nacionales y latinos son aquellos que tienen menor conocimiento de distintivos de sanidad e higiene en el manejo de los alimentos, caso contrario a Estados Unidos, Inglaterra y Canadá que además de conocer los distintivos que se manejan en su país de origen tienen conocimiento del Distintivo H (México) y el Distintivo Q (España). (Montecinos, 2008)

En cuanto a las prioridades de lo que un turista requiere en un restaurante, los resultados fueron los siguientes:

El turismo nacional y latino posee requerimientos similares. Un aspecto importante para estos segmentos es el precio, este rubro ocupó la calificación más alta. A pesar del poco conocimiento que poseen acerca de los distintivos de calidad e higiene, características como el manejo higiénico de los alimentos y la calidad fueron aspectos muy importantes a evaluar; lo que para el turismo inglés no es trascendental. Las características menos importantes para el turismo nacional y latino son el personal con dominio del idioma inglés, los menús impresos en inglés y español; y la existencia de platillos internacionales en el menú.

En el caso del turismo inglés una de las características más importantes son el personal con dominio del idioma inglés y el menú impreso en ambos idiomas, dejando en segundo término, pero no menos importante al manejo higiénico de los alimentos y la calidad. Los aspectos menos importantes para este sector fueron el precio y la existencia de platillos internacionales.

Con estos resultados se observa la importancia que tiene el manejo higiénico de los alimentos para cada segmento de turistas. El contar con alguna certificación de sanidad en el manejo higiénico de los alimentos en los establecimientos dedicados al servicio de alimentos y bebidas se convertirá en

¹⁹ Investigación denominada "Propuesta de distintivo para Restaurantes Turísticos en la Restauración Internacional" como parte del trabajo de investigación presentado para obtener el Diploma de Estudios Avanzados DEA, por la Universidad Antonio de Nebrija en Madrid, España. Julio 2008.

²⁰ La encuesta se realizó de abril a mayo de 2008, se seleccionaron zonas de alta concentración y mezcla de segmentos turísticos como el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, el Zócalo y el recorrido turístico del Turibus; que parte del Auditorio Nacional. La muestra de turistas se segmentó de la siguiente manera: turistas nacionales (turistas provenientes de México), Turistas latinos (turistas provenientes de Perú, Guatemala, Venezuela, Honduras, Colombia y Nicaragua); Turistas de habla inglesa (turistas provenientes de Estados Unidos, Inglaterra y Canadá).

una ventaja competitiva, lo cual se traducirá en mayor confianza para los comensales y mayores ingresos para la empresa.

Tabla 4.2 Resultados de la encuesta del trabajo “Propuesta de Distintivo para Restaurantes Turísticos en la Restauración Internacional”.

Características	Turismo Nacional	Turismo Latino	Turismo Inglés
Manejo Higiénico de los alimentos	8.4	8.1	7.8
Calidad	8.8	9.3	7.5
Seguridad	8	8	5.1
Comida y bebida típicas	6.7	5.2	4.4
Precio	8.8	8.6	3.7
Menús en español e inglés	5.2	3.7	8.5
Servicio profesional	6.5	4.7	2.7
Personal con dominio del idioma inglés	3.1	2.3	8.7
Platillos internacionales	5.1	4	3.2

Fuente: datos obtenidos de <http://www.cegaho.com.mx/descargas/articulo01.pdf>

*Para el análisis de los resultados se estableció como calificación más alta 10 y como calificación más baja 0.

CAPITULO 5. DISTINTIVO H.

El Distintivo H se implementó en el año 1990 derivado de un Programa llamado Turismo y Salud que la Secretaría de Turismo instituyó en el marco del gabinete turístico.

El Programa Turismo y Salud surgió del Congreso Nacional de Turismo y Salud, evento que se llevó a cabo en diciembre de 1990. Se convocó a diferentes sectores e instituciones, públicas y privadas, federales, estatales y municipales con el objetivo de preservar y fomentar la salud de los turistas y de aquellos que desarrollan actividades en este contexto, además de promover actividades turísticas en un marco de seguridad y protección sanitaria.

Los organismos que colaboraron en la implementación del Distintivo H y participan en la inducción, concientización y capacitación en materia de higiene a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas son: la Secretaría de Salud, Secretaría de Turismo y la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados.

El Programa Nacional de Manejo Higiénico de Alimentos denominado Distintivo H contempla cumplir con la normatividad establecida por la Secretaría de Salud tomando en cuenta las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para que los prestadores de servicios mejoren la calidad en la higiene de los alimentos y de manera voluntaria se sometan a una verificación de las operaciones en cuanto a protección de alimentos se refiere; desde la compra, recepción, almacenamiento, descongelación, refrigeración, cocción, conservación y servicio, para finalmente reconocer sus esfuerzos al otorgarles un incentivo como el Distintivo H.

El Distintivo H es un reconocimiento que otorga la Secretaría de Turismo a los establecimientos que cumplen con los estándares de higiene del Programa Nacional de Manejo Higiénico de Alimentos. Es un elemento estratégico que favorece la promoción turística de México a nivel internacional, diseñado para impulsar la calidad de los servicios y los alimentos para disminuir la incidencia de enfermedades transmitidas por alimentos.

El proyecto sobre el Distintivo H se elevó a Norma Mexicana el 23 de mayo de 2001, bajo la denominación NMX-F-605-NORMEX-2000, "Alimentos-manejo higiénico en el servicio de alimentos preparados para la obtención del Distintivo H", con las características de mantener su carácter voluntario con un marco jurídico y criterios uniformes para su obtención. Sin embargo, El 13 de Octubre de 2004, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Declaratoria de vigencia de la Norma Mexicana NMX-F-605-NORMEX-2004, "Alimentos-manejo higiénico en el servicio de alimentos preparados en la obtención del Distintivo H", que canceló a la norma NMX-F-605-NORMEX-2000. Esta norma

entró en vigor el día 12 de Diciembre de 2004. La Secretaría de Turismo, a través del Programa H fue precursora y promotora de esta tendencia internacional (Asociación de Normalización y Certificación, 2008).

Este reconocimiento es para todos aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas como: restaurantes en general, restaurantes de hoteles, cafeterías, fondas, comedores industriales, comedores de hospitales, spas, etc., que cumplan con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F-605- NORMEX- 2004.

El Distintivo H es 100% preventivo, ya que con las medidas de higiene que se toman en cuenta evita que se lleguen a producir enfermedades transmitidas por alimentos. El programa contempla un sistema de capacitación al personal operativo y al personal de mandos medios y altos, misma que es orientada por un consultor registrado para transmitir los conocimientos que se imparten y están estructurados bajo lineamientos dictados por un grupo de expertos en la materia. La capacitación consiste en ofrecer al personal que labora en estos establecimientos una serie de recomendaciones y técnicas para el lavado, desinfección, limpieza, almacenamiento, congelación, refrigeración, descongelación, higiene personal, entre otras; para ser implementadas como un proceso de mejora continua.

Los cursos de capacitación se enfocan a tres niveles:

1. Nivel operativo: dirigido al personal de cocina. Duración 10 horas.
2. Mandos medios y altos: dirigido a chefs, supervisores, dueños, gerentes y directores.
3. Instructores: dirigido a personas con una carrera terminada en el área químico- medico- biólogo.

La obtención del Distintivo implica el cumplimiento de 92 estándares divididos en 2 categorías: puntos críticos y puntos no críticos. La diferencia se determina en base al grado de riesgo de contaminación y su gravedad.

Esta información es rigida y evaluada por medio de una lista de verificación que se deberá cumplir en un 90% de satisfacción de los puntos no críticos y en un 100% en los puntos críticos y contempla los siguientes temas: (ANEXO)

1. Recepción de alimentos: áreas, equipo y utensilios limpios. Inspección y registro de temperaturas de los productos.
2. Almacenamiento: almacenes, alimentos y equipos limpios. Sistema de almacenamiento P.E.P.S²¹, etiquetado y fechas de caducidad.

²¹ Sistema de almacenamiento que por sus siglas significa: primeras entradas, primeras salidas.

3. Manejo de sustancias químicas: correcto almacenamiento de plaguicidas, detergentes y desinfectantes.
4. Refrigeración y congelación: limpieza interior y exterior de las cámaras de refrigeración y congelación, equipos y productos utilizados para tal efecto. Registro de temperaturas, sistema de almacenamiento P.E.P.S, sistema de etiquetado y fechas de caducidad.
5. Área de cocina: áreas limpias y en buen estado como techos y rejillas, además del equipo como licuadoras, rebanadoras, estufas, hornos, planchas etc. Manejo de un programa de lavado y desinfección para los mismos.
6. Preparación de alimentos: frutas y verduras con técnicas de lavado y desinfección. Descongelación de los alimentos con técnicas para el control de las temperaturas. Control de las temperaturas de cocción y conservación, es decir, fuera de los rangos de peligro. Técnica para el lavado de manos para los trabajadores.
7. Área de servicio: barras de ensaladas y mesa para alimentos calientes a temperaturas óptimas. Áreas y utensilios limpios y desinfectados.
8. Agua y hielo: uso de agua potable, filtros y purificadores.
9. Servicios sanitarios para empleados: equipados con jabón líquido, papel para manos y baño, agua caliente, botes de basura, puertas y paredes en buen estado, vestidores y estantes para sus pertenencias.
10. Manejo de basura: área limpia y alejada del sitio donde se manipulan los alimentos. Botes separados y limpios.
11. Control de plagas: ausencia de plagas. Programa para el control de las mismas y registro de un proveedor certificado.
12. Personal: uniforme limpio, cabello protegido adecuadamente, no permitir el uso de joyería, no permitir la entrada a los trabajadores que presenten infecciones respiratorias, gastrointestinales o cutáneas.
13. Bar: área, equipo y utensilios limpios y desinfectados al igual que las frutas y verduras utilizadas.

Cuando el establecimiento se sujeta y cumple dichos estándares, la Secretaría de Turismo entrega el reconocimiento del Distintivo H, el cual tiene una vigencia de 1 año, renovable (SECTUR, 2011.)

Para la creación de este distintivo se tomó como marco de referencia los siguientes estándares nacionales e internacionales.

Estándares nacionales:

NOM- 093-SSA1-1994. Practicas de higiene y sanidad en la preparación de alimentos que se ofrecen en establecimientos fijos.

NOM- 120- SSA1-1995. Bienes y servicios. Practicas de higiene y sanidad para el proceso de alimentos y bebidas no alcohólicas y alcohólicas.

Ambas normas han sido canceladas por la norma NOM- 251-SSA1- 2009. “Prácticas de Higiene para el proceso de alimentos, bebidas o suplementos alimenticios” El 26 de noviembre de 2010. (COFEPRIS, 2011)

NOM- 012- SSA1-1993. “Requisitos sanitarios que deben cumplir los sistemas de abastecimiento de agua para uso y consumo humano públicos y privados”.

NOM- 041- SSA1- 1993. “Bienes y servicios. Agua purificada envasada. Especificaciones sanitarias”.

NOM- 042- SSA1-1993. “Bienes y servicios. Hielo potable y hielo purificado. Especificaciones sanitarias”.

NOM- 051-SCFI/SSA1-2010. “Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas pre envasados- información sanitaria y comercial”.

Estándares internacionales:

Sistema HACCP.

Codex Alimentarius.

Recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud.²²

²² Datos obtenidos de Grupo Camelot (2010).

5.1 Procedimiento para obtener el Distintivo H.

El procedimiento para obtener el Distintivo H consta de varias etapas, el tiempo dependerá de la disponibilidad del establecimiento para llevar a cabo las adecuaciones pertinentes que la norma indica. El tiempo aproximado oscila entre 3 y 6 meses.

La primera etapa consiste en que la empresa decida y esté consciente de querer implementar el Distintivo H, tomando en cuenta los costos y la inversión de tiempo por parte de los trabajadores y de los altos mandos de la empresa para la capacitación pertinente. Posteriormente se realiza una auditoria de diagnostico de cada una de las áreas citadas en la lista de verificación para identificar su estado actual. A continuación, se lleva a cabo la capacitación correspondiente en el Manejo Higiénico de los Alimentos a todo el personal que labora en el establecimiento. Este procedimiento lo efectúa un consultor certificado y acreditado por SECTUR.

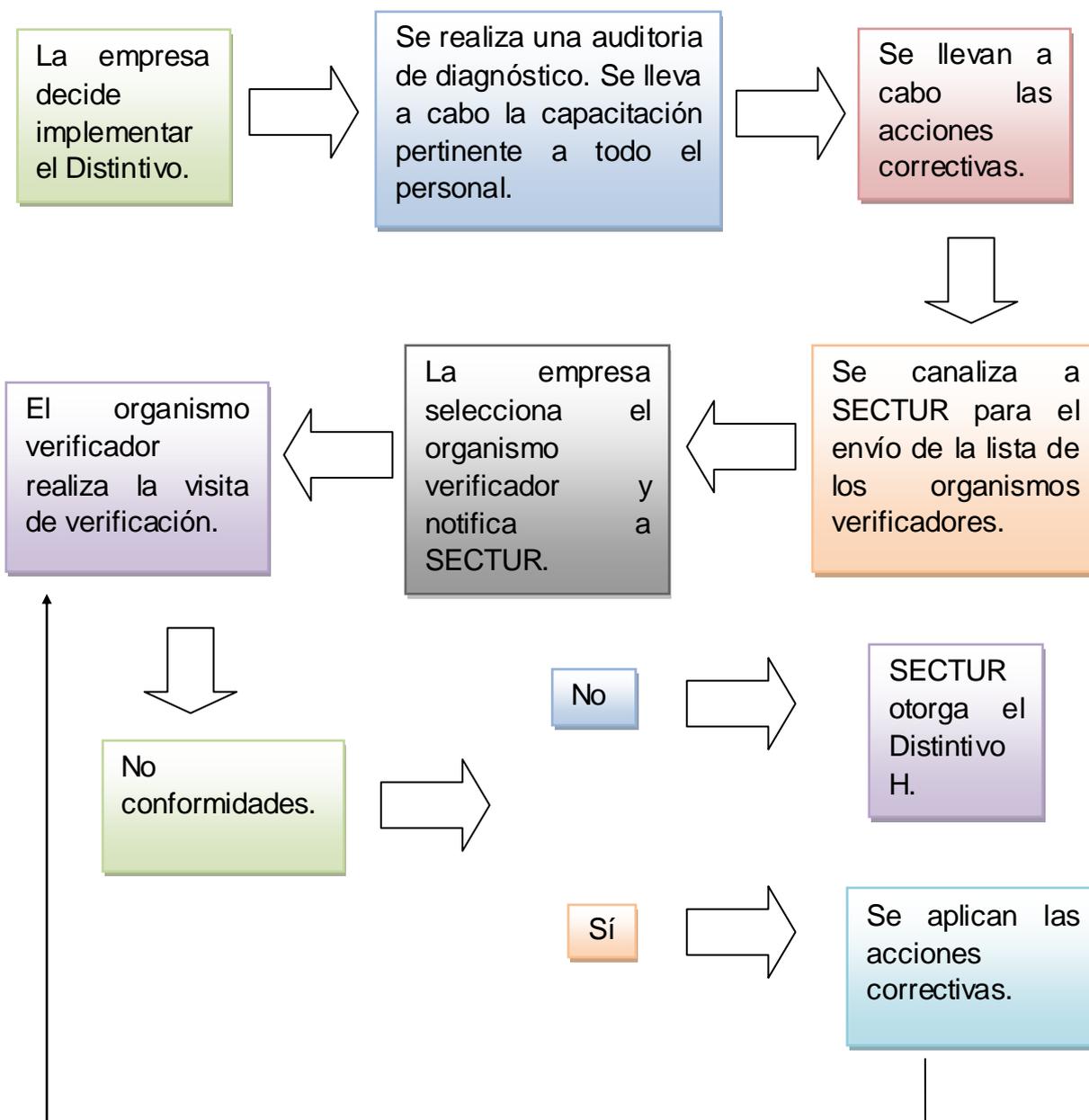
Después de la auditoria de diagnostico, el consultor elabora un informe indicando las acciones correctivas que se tienen que llevar a cabo para corregir aquello que no cumpla con la norma establecida. Una vez concluido este paso se determina si la empresa está en condiciones para obtener el Distintivo H.

Después, la empresa debe solicitar a SECTUR una lista de organismos certificadores para concretar una visita de verificación. El establecimiento debe notificar a SECTUR sobre el organismo seleccionado.

El organismo certificador realiza la visita de verificación y elabora la evaluación pertinente en base a la lista de verificación, dando el veredicto para que sea otorgado o negado el Distintivo. En caso de no acreditar la evaluación se concede al establecimiento un lapso de tiempo para que se apliquen las acciones correctivas correspondientes, posteriormente se realiza nuevamente la evaluación para corroborar que se hayan realizado las acciones correctivas acordadas. Cuando el organismo certificador declara que el establecimiento cumple con los requisitos para obtener la certificación, lo notifica a SECTUR para que sea extendido el Distintivo al establecimiento. (Ver gráfico 5.1)

Cuando el establecimiento recibe el Distintivo, se realizarán visitas periódicas no anunciadas por los asesores del programa de manejo higiénico de los alimentos para construir un vínculo de retroalimentación, asesoría, reportar acciones correctivas y obtener información gráfica sobre el desempeño.

Gráfico 5.1 Procedimiento para obtener el Distintivo H.²³



Fuente: SECTUR. 2009. "Higiene, confianza y seguridad en el manejo de los alimentos"

²³ Elaboración propia. Información obtenida de <http://www.grupocamelot.com/distintivoh.swf>

5.1.1 Consultores acreditados por SECTUR.

La Secretaría de Turismo cuenta con un grupo de consultores registrados en un padrón distribuido en gran parte del país.

Cuando un establecimiento ha tomado la determinación de obtener el Distintivo H, debe consultar la base de datos de los consultores debidamente certificados y acreditados ante esta Secretaría y seleccionar al que más le convenga, en caso de que una entidad no cuente con consultores locales, la contratación podrá sujetarse a la oferta y disponibilidad de los de otra entidad.

Los consultores registrados se encargan de impartir los cursos de capacitación y desarrollar las estrategias para cumplir con los requisitos que solicita la Norma Mexicana NMX-F -605- NORMEX- 2004 y guiar al establecimiento para la obtención del Distintivo.

El contratar un consultor registrado ante la Secretaría de Turismo garantiza su formación profesional, habilidades, conocimientos y amplia experiencia en materia de impartición de cursos de capacitación en el Manejo Higiénico de los Alimentos, de tal manera que para que un consultor obtenga su registro debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Haber concluido una carrera en el área químico- médico- biológico con conocimientos en microbiología, higiene y sanidad. Profesionistas pasantes o titulados vinculados con la industria gastronómica y restaurantera.
- Conocimiento en microbiología, higiene y sanidad para el manejo higiénico de los alimentos a través de la aprobación de los exámenes que para tal fin establezca SECTUR. (Los profesionistas en el área químico- médico- biológico quedan exentos de este requisito)
- Experiencia comprobable en el área de alimentos y bebidas (servicio, operación, proceso) de 6 meses como mínimo.
- Asistir al curso de formación de consultores para el Programa H impartido por SECTUR y las Secretarías de Turismo de las diferentes entidades federativas y aprobar una evaluación escrita con el 90% de aciertos como mínimo.
- Contar con un certificado de competencia laboral en la Norma Técnica "Impartición de cursos presenciales" del Consejo de Normalización y Certificación de Competencia Laboral.

El propósito de la certificación en la Norma Técnica es presentar los parámetros que permitan evaluar las competencias del individuo en la función de capacitación, entendiendo por ello el diseño de cursos e instrumentos de evaluación; el diseño de material didáctico, impartición de cursos y la

evaluación, tanto del aprendizaje como del proceso en sí y la aplicación de lo aprendido por parte de las personas capacitadas.

-Presentar ante SECTUR o ante las Oficinas estatales de Turismo, en el momento que lo requiera, la siguiente documentación para su análisis:

- a) Curriculum Vitae.
- b) Carta de pasante, título o cedula profesional.
- c) Carta expedida por una empresa que avale su experiencia en el área de alimentos y bebidas.
- d) Comprobar su conocimiento en microbiología, higiene y sanidad mediante la evaluación con calificación aprobatoria aplicada por SECTUR.
- e) 2 fotografías tamaño infantil.
- f) Firmar carta compromiso ante la Secretaría de Turismo.²⁴

5.1.2 Capacitación para la formación de consultores en el Distintivo H.

El programa de formación de consultores está basado en la Norma MNX- F-605- NORMEX- 2004 estructurado en una parte teórica y una práctica, organizada de la siguiente manera:

La parte teórica consiste en 6 sesiones grupales con una duración de 8 horas cada una en las que participan todos los consultores en formación. Cada consultor debe asistir al programa de capacitación asegurando una asistencia mínima del 90% y estar presente en al menos 90% del tiempo de la sesión, así como aprobar la evaluación teórica con una calificación mínima de 90 puntos de 100 en total.

En la parte práctica, se asigna a cada aspirante un establecimiento de alimentos y bebidas para que proporcione asesoría y capacitación de forma gratuita para obtener el Distintivo H, cumpliendo con actividades que consisten en realizar 4 visitas (trabajo de campo) a la empresa asignada, con el propósito de apoyar al empresario en el proceso de implementación y capacitación del sistema. Conducirá al establecimiento asesorado durante todo el proceso para la obtención del Distintivo; aplicará una evaluación final a una empresa diferente a la que se haya asesorado con el fin de mantener transparencia en el proceso de asignación del Distintivo H. Por último, deberá aprobar las encuestas de satisfacción que el consultor formador aplica a los empresarios y

²⁴ SECTUR. (2010). Consultores Certificados y Acreditados para impartir Capacitación en Manejo Higiénico de los Alimentos. Recuperado en abril de 2011.

al personal operativo que conforma el establecimiento con una calificación mínima de 9. Así mismo, el consultor formador realizará una evaluación que validará el proceso de implementación del Distintivo, tomando como base la lista de verificación de la Norma NMX- F- 605- NORMEX- 2004. Deberá aprobar el 90% de los puntos no críticos y el 100% de los puntos críticos.

Para el resultado final, se promediarán los resultados de las encuestas de satisfacción con la evaluación teórica y práctica para obtener una calificación mínima de 9 en su totalidad.

Cada participante en el proceso de registro como Consultor H deberá entregar al consultor formador, mismo que integrará y entregará a las Oficinas de SECTUR, una carpeta de evidencias con la siguiente información:

- Carta compromiso del participante.
- Carta compromiso del empresario.
- Contra recibo de la entrega de materiales.
- Lista de asistencia por sesión.
- Informe sobre el proceso de implantación del sistema por sesión, con la firma correspondiente del representante del establecimiento asignado.
- Exámenes de evaluación.
- Lista de verificación aplicada.
- Plan de acciones correctivas, según sea el caso.
- Encuesta de satisfacción por parte del empresario.

El instructor de consultores deberá presentar ante las oficinas de SECTUR el listado de los aspirantes que cumplieron con el 100% de los requisitos establecidos para otorgar el registro oficial y credencial de Consultor H.

Una vez acreditados como Consultores H ante SECTUR, serán los únicos facultados para implementar el Distintivo H en los establecimientos fijos de alimentos y bebidas a nivel nacional. Serán promovidos a través de la página de internet de la Secretaría y otras Oficinas Estatales de Turismo; y establecerán libremente los costos de sus servicios considerando el código de ética correspondiente. Podrán utilizar la metodología del Distintivo H para su implementación, siendo esta propiedad de SECTUR, así como promover y difundir los materiales de promoción del Distintivo. Tendrán acceso a participar en las sesiones de actualización de consultores que realice SECTUR sin costo alguno, así como en eventos de promoción del Distintivo H.

No obstante, todo consultor posee obligaciones que deberá llevar a cabo, entre las que destacan: reconocer que el Programa en Manejo Higiénico de los Alimentos o Distintivo H es propiedad de la Secretaría de Turismo, comprometiéndose a respetar la metodología y materiales de implementación, participar en el enriquecimiento de los materiales del sistema concediendo los derechos a la Secretaría de Turismo durante el tiempo de vigencia del registro como consultor; coordinar todas las actividades y acciones del Distintivo H en conjunto con SECTUR y las Oficinas Estatales de Turismo. Deberá registrar ante la Secretaría el grupo de establecimientos en los que se implementará el Distintivo H, antes de que se inicien las actividades correspondientes e implementarlo exitosamente en cuatro empresas en un periodo de 12 meses, en caso de que alguna empresa asesorada no concluya el proceso de implementación deberá informar a la Secretaría las causas por las que no fue posible llevarlo a cabo. Otorgar 40 horas anuales sin costo en actividades de capacitación, consultoría o promoción a SECTUR o a las Oficinas Estatales de Turismo durante la vigencia del registro como consultor; impartir cursos de capacitación durante el proceso de implementación del Programa de Manejo Higiénico de los Alimentos y bajo ninguna circunstancia permitir que sean ejecutados por terceros. Abstenerse de intentar inducir a la empresa asesorada a la compra de productos y servicios bajo el falso argumento de que son indispensables para la obtención del Distintivo. Hacer entrega de la carta compromiso para la prestación de servicios profesionales a la empresa a asesorar y recabar el acuse de la entrega para remitirlo a SECTUR. No ostentarse como consultor H en caso de que la Secretaría retire el registro. El incumplimiento o violación a estas obligaciones será causa de cancelación permanente del registro como Consultor H.

Para dar seguimiento a las actividades de los consultores, las Oficinas Estatales de Turismo serán responsables de verificar y registrar los establecimientos que inicien la implementación del Distintivo en su localidad con el consultor responsable de llevar a cabo el procedimiento, realizar una vista de seguimiento al inicio de la implementación del Distintivo en los establecimientos para constatar la capacitación y servicios de consultoría; realizar una segunda visita de seguimiento al finalizar el proceso para la aplicación de la encuesta de satisfacción para medir el grado de impacto de la implementación del programa. Solicitar al consultor el informe del número de empresas atendidas indicando cuántas de ellas culminaron el proceso y cuántas no; verificar que los consultores hayan implementado exitosamente el programa, evaluar la participación de los consultores en los programas de actualización y contabilizar el número de horas anuales otorgadas para las actividades antes mencionadas.

Como resultado de las evaluaciones y seguimiento realizados; SECTUR determinará la calificación anual de desempeño del consultor para otorgar la

renovación del registro, la cual será publicada en la página web de la Secretaría, además enviará el oficio de renovación de registro y la credencial de Consultor H a quienes hayan obtenido una calificación mínima de 90 puntos en su evaluación anual de desempeño.

5.1.3 Organismos Certificadores.

Entre los Organismos Certificadores más importantes aprobados por la Secretaría de Turismo se encuentran:

NORMEX

Es el primer Organismo Nacional de Normalización y Certificación con más de 50 años de experiencia en el ámbito de la calidad. Está integrada por tres instituciones nacionales: La Universidad del Valle de México, El Instituto Politécnico Nacional y la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA), por lo que tiene representación en el sector académico, tecnológico e industrial.

NORMEX está acreditado y aprobado por diversas dependencias públicas y entidades como la Secretaría de Economía, Secretaría de Salud, Secretaría de Turismo, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Entidad Mexicana de Acreditación y el Consejo de Normalización y Certificación de la Competencia Laboral (CONOCER).

Los servicios de NORMEX están estructurados de manera que representen soluciones integrales para los clientes. Hablando de normalización, están registrados en 34 ramas industriales y actualmente contribuyen en el Programa Nacional de Normalización para la elaboración de Normas Mexicanas de Producto en nueve Comités Técnicos de Normalización Nacional.

NORMEX brinda soporte técnico para que la implementación de el Distintivo H y otras certificaciones en los establecimientos.

El catalogo de normas que posee NORMEX incluyen:

Normas Mexicanas de calderas y recipientes a presión.

Norma Mexicana de muebles para oficina.

Normas Mexicanas de alimentos y bebidas no alcohólicas.

Normas Mexicanas de envase y embalaje.

Normas Mexicanas de productos higiénicos hospitalarios institucionales e industriales.

Normas Mexicanas de gases comprimidos.

Normas Mexicanas de energía solar.²⁵

Calidad Mexicana Certificada A.C. (CALMECAC)

Es un organismo de certificación y unidad de verificación que se encarga de evaluar la conformidad de los productos, servicios, procesos, instalaciones, etc., respecto a una norma o reglamento de seguridad en específico.

El consejo directivo de CALMECAC está formado por aproximadamente 61 instituciones nacionales, colegios, universidades y asociaciones. El propósito fundamental es difundir la cultura de la calidad e impulsar la productividad, competitividad y rentabilidad en todos los sectores de la industria, en particular ante los retos de la apertura comercial y los tratados de libre comercio, así como la necesidad de defender los mercados nacionales ante los productos de importación, impulsando elementos de incorporación de micro y pequeña industria en los procesos de integración en las cadenas productivas. Por ello CALMECAC, buscó tener la autorización y acreditación nacional para desempeñarse como unidad de verificación.

Trabaja con alrededor de 12,000 empresas por año con diferentes programas que abarcan las áreas de certificación ambiental, sistemas de calidad, área automotriz, agroindustrias, hoteles, restaurantes, bancos, seguros, petroquímica, etc. (CALMECAC. 2009).

Instituto Mexicano de Normalización y Certificación. IMNC

Institución fundada en 1993 para proporcionar servicios profesionales e integrales como Organismo de Normalización, Centro de Capacitación, Certificación y Unidad de verificación para generar y transmitir conocimientos.

Sus servicios abarcan la certificación de sistemas de gestión, procesos, productos y personas, verificación del Distintivo H, verificación de información comercial (etiquetado) y formación de personal.

Es una asociación civil cuyo objetivo principal es brindar a las organizaciones del sector industrial, comercial y de servicios una institución capaz de responder a la necesidad de incrementar y fortalecer su competitividad a través de la evaluación de la conformidad de sus sistemas de gestión, productos y personal mediante la formación de recurso humano.

²⁵ Información obtenida de www.normex.com.mx

Cuentan con personal calificado para desarrollar las diferentes actividades de normalización, evaluación, certificación y capacitación de personal tomando en cuenta las necesidades, expectativas y prioridades del cliente, con la misión de promover y desarrollar herramientas que apoyen a las organizaciones a ser competitivas y satisfacer las necesidades de los mercados en que se desenvuelven.

Los certificados de sistemas de gestión que expide la IMNC cuentan con el reconocimiento de más de 46 países, firmantes del Acuerdo Multilateral de Reconocimiento Mutuo del Foro Internacional de Acreditación IAF; y por 36 organismos de certificación miembros de la Red Internacional de Certificación IQNet establecidos en más de 136 países.²⁶

Otros organismos registrados ante SECTUR y que se encuentran en el Directorio de Unidades de Verificación acreditadas para el Distintivo H se encuentran: Societe Generale de Surveillance de Mexico S.A. (SGS), Normalización y Certificación Electrónica (NYCE A.C.), Asociación de Normalización y Certificación (ANCE A.C.) y UVERI S.C.

5.2 Distintivo H en México.

Dentro de los registros de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) se tienen registrados 243,000 establecimientos dedicados al servicio de alimentos y bebidas.

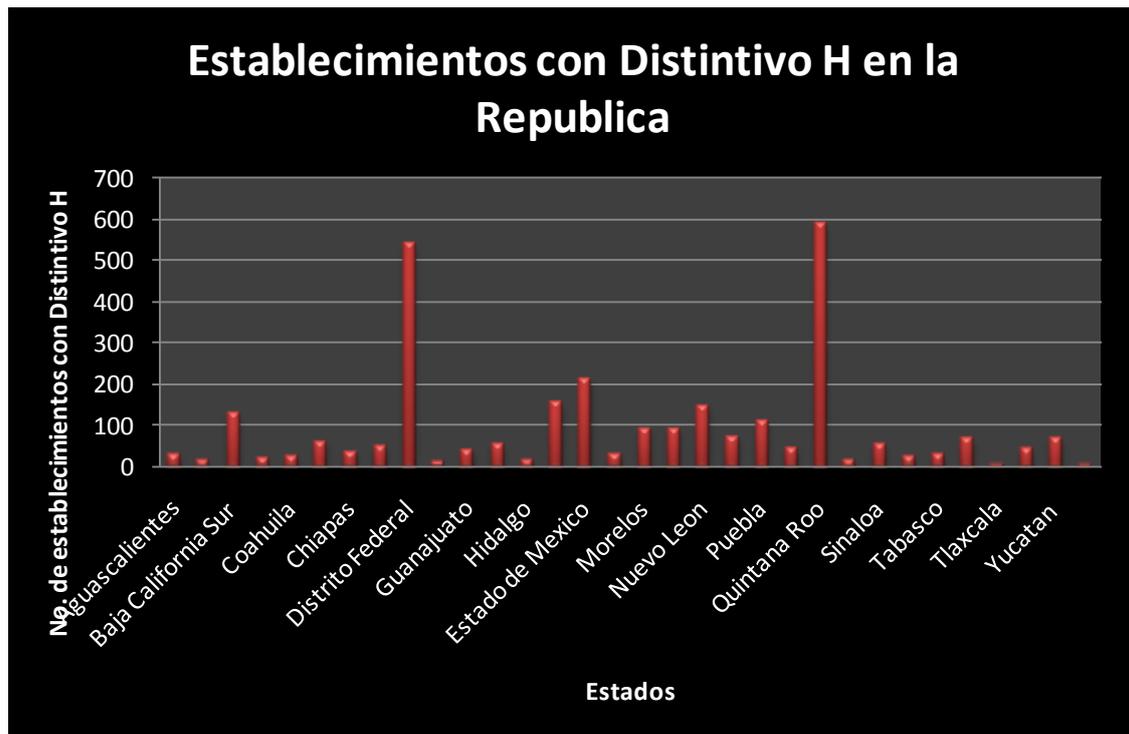
En base a los datos del censo económico correspondiente al año 2009, proporcionados por el INEGI, el total de las unidades económicas del Subsector 772 dedicados al Servicio de preparación de alimentos y bebidas incluidos los servicios de preparación de alimentos y bebidas ajustados y ampliados, se reportaron 742, 036 empresas.

En una entrevista con el Señor Oscar Betancur, encargado del Distintivo H en la Secretaría de Turismo, informó que dicha institución no cuenta con una base de datos del historial de los restaurantes o establecimientos que han obtenido el Distintivo desde sus inicios, únicamente se tienen registrados los que obtuvieron la certificación en el año 2010, en total 2,935 establecimientos²⁷. (Ver gráfico 5.2)

²⁶ Información obtenida de www.imnc.org.mx

²⁷ Información obtenida mediante una entrevista telefónica realizada en diciembre de 2010.

Gráfico 5.2 Número de establecimientos con Distintivo H en la República Mexicana.



La grafica refleja que Quintana Roo es el estado con mayor número de establecimientos que cuentan con el Distintivo H (589), seguido por el Distrito Federal (542), el Estado de México (214), Jalisco (157) y Nuevo León (148), paralelamente se observa que estos 5 estados se encuentran en el ranking de los 10 estados de la República Mexicana más visitados, según datos del portal de Turismo de México al Mundo www.Visting Mexico.com.mx. (Ver tabla 5.1)

Tabla 5.1 Destinos más visitados en la República Mexicana

Lugar	Destino
1	Acapulco
2	Cancún
3	Ciudad de México
4	Guadalajara
5	Huatulco
6	Ixtapa
7	Los Cabos
8	Monterrey
9	Playa del Carmen
10	Riviera Maya

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de <http://www.visitingmexico.com.mx/destinos-mexico.php>

5.3 Distintivo H: Manual de Manejo Higiénico de los Alimentos.

Para la obtención del Distintivo H y una mejor orientación para todos los establecimientos que desean adquirirlo, la Secretaría de Turismo crea un manual de manejo higiénico de los alimentos como guía de los aspectos más relevantes sobre las buenas prácticas en la manipulación de los alimentos dirigido a aquellas personas que se encargan de su preparación.

Se explican todos los conceptos sobre inocuidad de los alimentos, describiendo puntualmente acciones como el manejo de las temperaturas para conservación y preparación, limpieza de frutas y vegetales, control sanitario del agua, su uso y consumo humano; control de plagas, uso de desinfectantes, desinfección de equipos y utensilios, además de la higiene y la salud del personal.

El manual es un principio para desarrollar buenas prácticas sanitarias en el manejo de los alimentos dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas. Cabe resaltar, que cada establecimiento es encargado de desarrollar su propio manual, procedimientos y estándares, el Manual de Manejo Higiénico de los alimentos de la Secretaría de Turismo solo es una guía que les dará un panorama más amplio de los puntos que se deben tomar en cuenta y como desarrollarlo, esto se complementa con la capacitación recibida y la orientación del consultor registrado.

A continuación se explicará de manera breve cada uno de los capítulos que conforman el Manual de Manejo Higiénico de los Alimentos del Distintivo H.

En el primer capítulo el manual explica la definición de las enfermedades transmitidas por alimentos, y los 5 principales factores que contribuyen a su desarrollo. Se mencionan reglas sobre higiene y técnicas sanitarias relacionadas con la calidad de los alimentos.

En todos los establecimientos se deberá tener en cuenta tanto las reglas de higiene personal como las referentes a las técnicas sanitarias.

Al consumidor se le debe garantizar:

- Una máxima seguridad en cuanto a la prevención de amenazas de infección e intoxicación por alimentos.
- Una atención y cuidado en la calidad de los alimentos que consume.
- Y en lo posible, un lugar agradable y cómodo.

Se hace mención sobre el principio fundamental de la higiene: “Orden y Limpieza” tomando en cuenta otros factores como:

- Amplitud: capacidad del establecimiento de tener una adecuada distribución entre equipos, áreas de preparación, conservación, servicio y número de colaboradores que trabajen en él.
- Ventilación: la cual debe ser eficaz, es necesario evitar que el aire se estanque para disminuir la acción de los microorganismos.
- Iluminación: los establecimientos deben contar con buena iluminación, esta no podrá ser igual en todas las áreas, los sitios de preparación y almacenamiento requieren de atención especial, pues el trabajador requiere de buena visibilidad para realizar su trabajo.

El Capítulo 2 trata las causas de contaminación de los alimentos: contaminación biológica, contaminación física, contaminación química.

El Capítulo 3 refiere el tema de los vehículos de transmisión de enfermedades:

El Capítulo 4 habla sobre la higiene personal y hace hincapié en que como el ser humano es la principal fuente de contaminación de los alimentos, es importante poner en práctica algunas reglas básicas de higiene personal:

- Alejarse de los alimentos si el trabajador o persona encargada de la manipulación de los alimentos se encuentra enferma.
- No toser o estornudar sobre los alimentos.
- Lavarse las manos antes de comenzar las labores.
- Lavarse las manos después de ir al baño.
- Lavarse las manos después de cada interrupción.
- Lavarse las manos después de tocar alimentos crudos y antes de manipular otros alimentos.
- Lavarse las manos después de tocar heridas o cortaduras.
- Lavarse las manos después de tocarse el cuerpo, cabeza, nariz, ojo, boca, etc.
- Mantener las uñas limpias, cortas y sin esmalte.
- Utilizar malla o cofia para cubrir el cabello.
- Portar el uniforme perfectamente limpio.
- No utilizar el mandil como trapo para limpiar.
- Si se utilizan guantes, que sean desechables, cambiarlos cada vez que se realice una actividad diferente.

- No usar joyas.
- No fumar, comer, ni beber dentro de las áreas donde se manipulan los alimentos.

Se presenta la técnica correcta para el lavado de manos y los aditamentos que debe contar una estación de lavado de manos.

El Capítulo 5 hace referencia a la Limpieza y Desinfección.

Es muy importante verificar que en la cocina el agua sea potable, ya que de lo contrario puede tener microorganismos que originen enfermedades.

Por eso, se debe contar con un sistema de agua potable para consumo humano cuya capacidad sea suficiente para cubrir sus demandas.

El agua del establecimiento deberá contar con un mínimo de 0,2 mg/L (ppm) de cloro residual, el cual se puede verificar con un equipo checador de cloro, se debe llevar un registro diario de las lecturas realizadas para tener la seguridad que el agua que se utiliza para todas las actividades ya sea cocinar, preparar agua, lavar trastes, lavarnos las manos, etc., sea potable.

El establecimiento es responsable de dar mantenimiento adecuado al equipo de potabilización de agua con que se cuente, como filtros, cisternas, tinacos, etc. Y conservar los registros de mantenimiento.

Se explican temas como el tipo de suciedad y los conocimientos básicos para la desinfección, los compuestos usados y cómo actúan. La manera en cómo se debe desinfectar una superficie, así como el equipo y los utensilios.

Como almacenar los productos químicos como limpiadores, desinfectantes y plaguicidas

En el Capítulo 6 se mencionan que tipo de plagas se pueden desarrollar en los establecimientos y las medidas pertinentes para controlarlas.

El Capítulo 7 habla acerca de la temperatura y la higiene en las fases de preparación y servicio de alimentos. Esta parte es muy importante, es un punto crítico que amerita especial atención para aquellos encargados del manejo de los alimentos. Comprende: la recepción, el almacenamiento, la preparación, el servicio y el transporte.

Se dan las características generales sobre los atributos de los alimentos para aceptarlos o rechazarlos al momento de la inspección.

El Capítulo 8 especifica los documentos con los que deben contar los establecimientos, especificando procedimientos, frecuencia y registros de recepción de mercancía: fechas, proveedores, productos y temperatura al manejar los alimentos; temperatura de los alimentos refrigerados y congelados,

control de la temperatura de las unidades de refrigeración y congelación en funcionamiento, programas de mantenimiento preventivo de equipos, programas de control de plagas, programas de limpieza, fichas técnicas y hojas de seguridad de productos químicos, evidencia de capacitación en el manejo higiénico de alimentos impartida por un instructor con registro ante la SECTUR.

CONCLUSIONES

El turismo gastronómico se identifica como un producto actual y competitivo ya que genera por sí mismo flujo de turistas cuya principal motivación de desplazamiento es la comida. Esto se confirma con la creación de las diversas rutas gastronómicas, que preservan las raíces históricas y culturales de nuestro país. Y la incorporación de la cocina mexicana como patrimonio cultural inmaterial por parte de la UNESCO.

La mayoría de las regiones de nuestro país tienen un enorme potencial turístico gastronómico que seguirá siendo explotado en el futuro, por lo tanto, la industria restaurantera como principal representante del turismo gastronómico, y siendo una de las áreas más susceptibles a problemas de salud pública, tiene la responsabilidad de garantizar inocuidad en cada una de las etapas del proceso de preparación de alimentos, mediante procedimientos que eliminan riesgos a la salud del consumidor como la implementación de programas de manejo higiénico de alimentos como el Distintivo H

Para lograrlo será necesaria la participación de diferentes instituciones (Secretaría de Turismo y la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados) interesados en promover de forma eficiente las actividades que a esta rama competen, sin olvidar la seguridad y protección sanitaria requeridas por los visitantes que llegan a disfrutar de la extensa y variada gastronomía mexicana.

A pesar de los múltiples esfuerzos que hacen los países para brindar calidad total en todos los componentes del turismo, la importancia de la salud de los visitantes o residentes locales reviste una necesidad de atención única y constante. Afortunadamente en México y desde hace más de una década, se ha incorporado la aplicación de procesos higiénicos en la preparación y servicio de alimentos, tal es el caso del desarrollo de la norma Mexicana NMX-F605-NORMEX-2000, ahora en su edición 2004, del Distintivo H.

Uno de los problemas principales que existe en la industria es que en los establecimientos de servicios turísticos, específicamente en los restaurantes, los programas de certificación como el Distintivo H no han tenido una gran penetración en el sector²⁸, de tal manera que la Secretaría de Turismo y la CANIRAC tienen el compromiso de dar a conocer e impulsar estos programas para que los empresarios, así como los prestadores de servicios de alimentos conduzcan sus esfuerzos para seguir desarrollando una actividad económica que este inmersa en un proceso de mejora continua la cual tiende a elevar la calidad de los productos y servicios, tomando en cuenta que la industria restaurantera es un actividad en donde la mano de obra utilizada son los

²⁸ SECTUR. (2001). Programa Nacional de Turismo 2001- 2006.

trabajadores que tienen contacto directo con la preparación de los alimentos y los clientes.

Es fundamental construir una oportunidad para demostrar que existe una ventaja con relación a los competidores y que se cuenta con personal altamente preparado y calificado para la realización de estas actividades, como es la manipulación higiénica de los alimentos.

Al obtener una certificación como el Distintivo H la empresa tendrá la capacidad de controlar y administrar sus productos, estandarizar y monitorear cada una de las actividades en la producción y servicio para tomar acciones correctivas en caso de que se presente algún incidente (desde los proveedores, almacén, proceso y servicio), desarrollar una cultura de higiene y disciplina para el personal y aumentar su competitividad en el sector.

Los empleados desarrollarán nuevas habilidades incrementando la responsabilidad con lo que está haciendo y comprometiéndose con la empresa mediante la adopción de una nueva cultura de higiene.

Al beneficiarse la industria restaurantera mejorará la imagen de los destinos turísticos a nivel nacional e internacional, aumentará la derrama económica y habrá una disminución de la incidencia de las enfermedades transmitidas por los alimentos. Se desarrollará la de confianza en los turistas nacionales y extranjeros incrementando la competitividad a nivel internacional.

En el ámbito de los negocios internacionales es necesario que México conforme a su potencial turístico gastronómico, a través de la Cámara Nacional de Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados y la Secretaría de Turismo, impulse el Distintivo H como una alternativa real y compartida de desarrollo sostenible que provee de crecimiento económico a nivel regional y nacional mediante la participación compartida de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas.

Sin embargo, esto no será posible si solo se toman medidas como una estrategia de momento, caso específico de la pandemia de la influenza AH1N1 en 2009, sino cuando el Gobierno Nacional adopte la aplicación de la norma NMX-F-605-NORMEX, de forma obligatoria para todos los prestadores de servicios de alimentos y bebidas en el país.

Referencias Bibliográficas

Referencias de libros, revistas y publicaciones.

- Fraga, A. (1980). Historia de la Comida en México. Editorial Litografía Mexicana. México.
- Hernández Sánchez, A., & Trujillo Guillen, Y. (1995). Análisis de los Métodos de Capacitación en Restaurantes de Franquicias-restaurantes Tradicionales. México.
- Asamblea Legislativa del Distrito Federal. (2002). *Ley para el funcionamiento de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal*. México.
- Reynoso Ron, J. (1989). Tratado de Alimentos y Bebidas I. Editorial Limusa. México.
- SECTUR. (2001). *Programa Nacional de Turismo 2001- 2006*. México.
- Vidal, J. M. (1997). Mercadotecnia Integral Turística. Trillas. México.
- Parrondo, F. (2005). Turismo Gastronómico en Asturias. Cuadernos de Turismo. España.

Tesis

- Aguilar Flores Laura, Pablo Vázquez Karen. (2003). Evaluación del nivel de conocimientos de empleados y la percepción de los clientes durante el proceso de obtención de la Certificación H en un restaurante de la ciudad de Puebla. Universidad de las Américas Puebla. Tesis de Licenciatura en Administración de Hoteles y Restaurantes.
- Barrientos Márquez Liliana, García Domínguez María Soledad. (2005). Situación actual del Distintivo H en una muestra de restaurantes certificados en la ciudad de Oaxaca y Puebla. Universidad de las Américas Puebla. Tesis de Licenciatura en Administración de Hoteles y Restaurantes.
- González Fonseca Fredy. (2010). El ecoturismo en el marco de los negocios internacionales: Caso Parque Nacional Pico de Orizaba. FCA. Universidad Nacional Autónoma de México. Tesis de Maestría en Administración de Negocios Internacionales.
- Izquierdo Sánchez Jarintzy. (2006). Producción y turismo cultural y su atracción turística en ciudades patrimoniales. Universidad de las Américas Puebla. Tesis de Licenciatura en Administración de Hoteles y Restaurantes.
- Solano Cuna María Guadalupe. (2008). Implementación del Sistema HACCP-ISO 22000. Caso Práctico Restaurante Vatel. Secretaría de Investigación y

Posgrado. Instituto Politécnico Nacional. Tesis de Maestría en Alta Dirección de Empresas Turísticas.

Páginas de internet

- CANIRAC. (2008). Cifras de la Industria. Recuperado en febrero de 2010. www.canirac.org.mx/nuestra-industria/cifras-de-la-industria.html
- SECTUR. (2001). Programa Nacional de Turismo 2001- 2006. Recuperado en febrero de 2010. http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_231_programa_nacional_de
- CANIRAC. (2010). Gastroturismo. Recuperado en junio 2010. <http://canirac.org.mx/gastroturismo/743-turismo-gastronomico.html>
- CONACULTA. (2009). *La comida factor decisivo en la creación de riqueza de una nación.* Recuperado en agosto de 2010. <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf/cuaderne1.pdf>.
- Morales, Gloria López. (2008). *La comida factor decisivo en la creación de riqueza de una nación. Cosa que se ve y se cuantifica sobre todo frente al turismo.* Recuperado en agosto de 2010. <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf/cuaderne1.pdf>
- SECTUR. (2010). El Turismo Cultural en México. Recuperado en agosto de 2010. http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud
- SEGOB. (2010) Boletín Mensual de Estadísticas Migratorias 2011. Recuperado en agosto 2010. http://www.inm.gob.mx/index.php/page/Registro_de_Entradas-1
- Meixueiro Najera, Gustavo. Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública. (2006). Turismo. Recuperado en septiembre de 2010. http://www.diputados.gob.mx/cesop/Comisiones/d_turismo.htm
- KILM. (2010). Employment by sector. Recuperado en septiembre de 2011. <http://kilm.ilo.org/KILMnetBeta/pdf/kilm04EN-2009.pdf>.
- SSA, SECTUR & otros. (1990). Turismo y Salud en México. *Conclusiones del Primer Congreso Nacional de Turismo y Salud.* Recuperado en Septiembre de 2010. http://www.mex.ops-oms.org/documentos/publicaciones/pub_turismoysalud.pdf
- Montecinos, Antonio. (2009). *Planificación del Producto Gastronómico Turístico en Latinoamérica. Actualidad, Sostenibilidad y Retos.* Consultado en septiembre de 2010. <http://www.cegaho.com.mx/descargas/articulo01.pdf>
- SECTUR. (2005). *Turismo de internación 2001- 2005.* Recuperado el Octubre de 2010. http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/17_turismo_de_in/TurIn05.pdf

- Administración Suenaméxico. (2009). Tlaxcala por el rescate de esta bebida tradicional mexicana. Consultado en diciembre 2010. <http://suenamexico.com/experiencias/ruta-del-pulque-tlaxcala-por-el-rescate-de-esta-bebida-tradicional-mexicana/>
- Alto Nivel. (2010). Turismo Gastronomico en México. Consultado en diciembre 2010. <http://www.altonivel.com.mx/4669-turismo-gastronomico-en-mexico.html>
- CANIRAC. (2009). Ya arrancó la segunda ruta gastronómica, aromas y sabores de México. Consultado en diciembre de 2010. <http://canirac.org.mx/comunicacion/703-arranco-ya-la-segunda-ruta-gastronomica-aromas-y-sabores-de-mexico.html>
- El Informador. (2010). Trazan rutas gastronómicas para el Bicentenario. Consultado en diciembre de 2010. <http://www.informador.com.mx/cultura/2010/213011/6/trazan-rutas-gastronomicas-para-el-bicentenario.htm>
- Visiting Mexico. (2009). *Turismo Gastronómico México: Baja por la ruta del vino*. Consultado en diciembre de 2010. <http://www.visitingmexico.com.mx/blog/turismo-gastronomico-mexico-baja-por-la-ruta-de-l-vino.htm>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2010). Listas del Patrimonio Inmaterial. Recuperado en diciembre 2010. <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=11&inscription=4&type=3>
- Santana Hernández, & Elizabeth G. (2009). Diario Turístico Buen Viaje. La Ruta del Cacao. Recuperado en diciembre 2010. <http://www.revistabuenviaje.com/conocemexico/destinos/tabasco/rutacacao/cacao.html>
- VeratourInforma. (2009). Ruta de la Vainilla. Recuperado en diciembre de 2010. http://portal.veracruz.gob.mx/portal/page?_pageid=313,4495888&_dad=portal&_schema=PORTAL
- Visit Mexico. (2009). La Ruta del Tequila. Recuperado en diciembre de 2010. http://www.visitmexico.com/wb/Visitmexico/Visi_dondeir_ruta_de_tequila
- INEGI. (2010). Censos económicos 1999, 2004, 2009. Recuperado en diciembre de 2010. www.inegi.gob.mx
- Codex Alimentarius. (2011). Qué es el Codex. Recuperado en diciembre de 2010. http://www.codexalimentarius.net/web/index_es.jsp

- Codex Alimentarius. (2003). Código Internacional de Prácticas Recomendadas para Principios Generales de Higiene de los Alimentos. Recuperado en diciembre de 2010. http://www.codexalimentarius.net/web/standard_list.do?lang=es
- AMAI. (2009). Evaluación de hábitos de viaje. Recuperado en diciembre de 2010. <http://www.amai.org/>
- SECTUR. (2010). Boletín: Hechos y Tendencias del Turismo. Recuperado en enero de 2011. http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/3_hechos_y_tende/hec012010.pdf
- FAO. (1997). Sistema de análisis de peligros y de puntos críticos de control (HACCP) y directrices para su aplicación. Recuperado en diciembre de 2010. <http://www.fao.org/docrep/005/y1579s/y1579s03.htm>
- Gamboa, Emilio, & Aguirre Javier. (2009). Aproximación a la Tipología y Modalidades del Turismo Contemporáneo. Recuperado en enero de 2011. <http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/041111111057.html>
- ANCE. (2008). generalidades. Recuperado en enero de 2011. <http://www.ance.org.mx/certsist/indexcersist.html>
- Cruz, Evangelina. (2001). Impacto de la globalización en el Turismo. Recuperado en enero 2011. <http://www.allbusiness.com/professional-scientific/accounting-tax/839235-1.html>
- SERNATUR. (2008). Turismo Cultural: Orientaciones para su desarrollo. Recuperado en enero de 2011. <http://www.sernatur.cl/institucional/archivos/Marketing-y-Promocion/TURISMO-CULTURAL.pdf>
- SECTUR. (2010). Resultados de la actividad Turística. Recuperado en enero de 2011. http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/775_resultados_d/cua072010.pdf
- Instituto Mexicano de Normalización y Certificación. (2011). Recuperado en marzo de 2011. http://www.imnc.org.mx/certificacion_c_10.html
- INEGI. (2009). Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 2008. Recuperado en febrero de 2011. http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/aeum/2008/Aeeum081.pdf
- INAH. (2010). Estadísticas de visitantes. Recuperado en febrero de 2011. <http://www.gobiernodigital.inah.gob.mx/estadisticas.php>

- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, & Organización Mundial de la Salud. (2005). Programa sobre normas alimentarias. Recuperado en febrero de 2011. ftp://ftp.fao.org/codex/alinorm05/al28_40s.pdf
- Organización Mundial de Turismo. (2010). Barómetro Mundial de Turismo 2009. Recuperado en febrero 2011. http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_1_sp_excerpt.pdf
- Ariansen, Jaime. (2009). Una clasificación de restaurantes. Recuperado en Marzo 2011. <http://www.la-gerencia.com/articulos/260/1/UNA-CLASIFICACION-DE-RESTAURANTES/Page1.html>
- SECTUR. (2011). *Higiene, confianza y seguridad en el manejo higiénico de los alimentos*. Consultado en de marzo de 2011. http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_9231_distintivo_h
- Organización Mundial de Turismo. (2010). Noticias OMT. Hoja de ruta para la recuperación. Recuperado en marzo de 2011. http://www.unwto.org/media/mag/sp/pdf/wtonews2009_3.pdf
- Primer Congreso sobre Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural en América Latina y el Caribe. Recuperado en febrero 2011. <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf/cuaderno1.pdf>
- SECTUR. (2004). Boletín 074: Impulsarán Rutas gastronómicas en todos los destinos turísticos. Recuperado en febrero de 2011. http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Boletin_074_Impulsaran_Rutas_Gastronomicas_en
- SECTUR. (2011). Distintivo H. Recuperado en marzo de 2011. http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_9231_distintivo_h
- Grupo Camelot. (2010). Distintivo H. Recuperado en Marzo 2011. <http://www.grupocamelot.com/distintivoh.swf>
- Secretaría de Economía. (2011). Normas Mexicanas. Recuperado en marzo 2011. <http://www.economia-nmx.gob.mx/normasmx/index.nmx>
- OMT. (2010). Estadísticas de Turismo a nivel Mundial OMT, Actualización 2010. Recuperado en marzo de 2011. <http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo/>
- Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios COFEPRIS. (2011). Buenas Prácticas. Recuperado en abril 2011. http://www.cofepris.gob.mx/wb/cfp/buenas_practicas

- Proexport Colombia. (2010). Turismo de Salud en Colombia. Recuperado en abril 2011. <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/atracciones-turisticas-recomendadas-informes-especiales/turismo-de-salud>
- Organización Mundial de Turismo. (2001). El Turismo después del 11 de septiembre de 2001. Análisis, medidas correctoras y perspectivas. Recuperado en abril 2011. http://www.aviabue.org.ar/downloads/turismo--11_sept.pdf
- CESTUR. (2000). Estudio de Gran Visión del Turismo en México. Perspectiva 2020. Recuperado en abril 2011. <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14661/GranVision.pdf>
- Norma Oficial Mexicana NOM- 251- SSA- 2009. (2008) Recuperado en abril de 2011. <http://www.dof.gob.mx/documentos/3980/salud/salud.htm>
- CALMECAC. (2009). Entrevista a Jaime Acosta Polanco, Presidente y Director General del Organismo de Certificación y Verificación, Calidad Mexicana Certificada (CALMECAC). Recuperado en abril de 2011. <http://www.alfaeditores.com/alimentaria/Mayo%20Junio%2005/ENTREVISTA%20%20CALMECAC.htm>
- SECTUR. (2010). Consultores Certificados y Acreditados para impartir Capacitación en Manejo Higiénico de los Alimentos. Recuperado en abril de 2011. http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9252_instructores_registr
- Servsafe. (2011). Certification support. Recuperado en abril de 2011. <http://www.servsafe.com/help/certification/default.aspx>
- Portalcalidad. (2010). Distintivo Q en el Sector Hotelero. Recuperado en abril de 2011. http://www.portalcalidad.com/articulos/93-distintivo_q_sector_hotelero
- Instituto para la Calidad turística española. (2003). Las Normas de Calidad. Recuperado en abril de 2011. <http://www.profesionales.calidadturistica.es/index.aspx>
- Check Safety First. (2011). Standards. Recuperado en abril de 2011. <http://www.checksafetyfirst.com/standards.php>
- SECTUR. (2007). Lineamientos de Consultores H. recuperado en abril de 2011. http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9252_instructores_registr
- NORMEX. (2009). ¿Quiénes somos?. Recuperado en abril de 2011. <http://www.normex.com.mx/iQuienes-somos>
- NORMEX. (2011). Catálogo de Normas. Recuperado en abril de 2011. <http://www.normex.com.mx/catalogo-de-normas>

ANEXOS