

REPENSANDO la GASTRONOMÍA

en la UFV



Propuesta de un
**CÓDIGO
DEONTOLÓGICO**
para el sector



Universidad
Francisco de Vitoria
UFV Madrid



ÍNDICE

Presentación	3
Declaración inicial	4
Grupo 1 Productores	9
Grupo 2 Periodismo y comunicación	10
Grupo 3 Industria	11
Grupo 4 Distribución	12
Grupo 5 Comercio	13
Grupo 6 Hostelería	14
Grupo 7 Clientes y consumidores	15

PRESENTACIÓN

Desde **su nacimiento en el año 2014, el Grado en Gastronomía de la UFV** se ha propuesto, junto con el reto de formar excelentes profesionales, el de concebir la profesión como arte y como ciencia, centrándola siempre en la persona y al servicio de la sociedad. Al mismo tiempo, hemos observado que entre los jóvenes que llegan a nuestras aulas crecía la inquietud por el respeto al medio ambiente, la responsabilidad social y la recuperación de la tradición.

La **asignatura de Deontología** que nuestros alumnos cursan en el último año de formación ha servido de cauce en los dos últimos años académicos para proponer sus reflexiones en forma de código deontológico para el sector.

Al concluir el primer borrador, tuvieron la osadía de enviárselo al entonces presidente de la Real Academia de Gastronomía, don Rafael Ansón, quien acogió desde el primer momento con entusiasmo la idea y les alentó a que se lo presentaran personalmente. Debido a la reclusión que nos impuso la pandemia, don Rafael, ya presidente de la Academia Iberoamericana de Gastronomía, mantuvo un encuentro virtual con los alumnos. Además de valorar su trabajo, les lanzó un nuevo reto para el siguiente curso: **centrar la propuesta en las cuatro propiedades de la gastronomía (sabrosa, saludable, sostenible y solidaria) y elaborar pautas** para todos los sectores implicados. Estas páginas que hoy presentamos son el fruto de ese estudio. Estamos seguros de que servirán como inicio de un trabajo en el que todos los actores del mundo gastronómico expresarán su buen hacer **al servicio de los valores de la persona y del bien común.**

Luis Expósito Sáez

Director del Grado en Gastronomía



DECLARACIÓN INICIAL

Entendemos que la Gastronomía expresa de manera técnicamente elaborada y artísticamente bella la preparación de los alimentos para, por medio de la satisfacción de la necesidad del ser humano de nutrirse, atender al resto de dimensiones de la persona que ennoblecen su espíritu.

En este sentido, sabemos que en la actividad gastronómica confluyen elementos dispares que la convierten tanto en un arte, como en una ciencia y un oficio. Por ello proponemos un código deontológico que los aborde desde la dimensión ética que guía toda actividad humana.

Sabemos que la complejidad de las relaciones sociales, así como la disparidad de los intereses de cuantos intervienen en esta actividad, hacen difícil la propuesta de unas normas que vinculen a todos por igual. Pero al mismo tiempo somos conscientes de que un marco de referencia compartido ofrece las condiciones para el desempeño libre y creativo de la profesión y garantiza la búsqueda del servicio a la sociedad y el bien común.

Para que esta declaración de intenciones se desarrolle de manera idónea, asumimos los principios éticos generales en los que se inspira todo quehacer profesional: dignidad, moralidad, transparencia, responsabilidad, servicio al bien común, legalidad e integridad.

De manera específica todos los profesionales del ámbito de la actividad gastronómica consideramos que nuestra aportación es esencial para afrontar los retos que en todos los órdenes tiene la humanidad en este siglo XXI.

Por ello proponemos como inspiradores los Principios Globales de la Gastronomía: satisfactoria, saludable, sostenible y solidaria.





SATISFACTORIA (SABROSA)

La gastronomía, consciente de la centralidad de su papel como aportación cultural, asume el compromiso de ennoblecer el sentido del gusto defendiendo el sabor como un saber para aprender el arte de la vida, en el que confluyen también otros factores (entorno, compañía...). Todos los sectores implicados en la experiencia gastronómica apuestan por la defensa de los sabores tradicionales y la innovación creativa orientada a la adquisición de una creciente sabiduría del buen comer.

SALUDABLE

La gastronomía, con su buen hacer, debe contribuir a fomentar la conciencia, cada día más extendida por tantos medios, de la necesidad de un estilo de vida saludable. Tanto por la calidad de los productos utilizados como por las técnicas y estilos utilizados en su elaboración, comercialización y difusión, la gastronomía debe aportar su arte y su ciencia al servicio de la promoción de la salud.

SOSTENIBLE

Como arte de preparar una buena comida, sin desperdiciar nuestros recursos naturales ni perjudicar el medioambiente o la salud de las personas, la gastronomía ha de ser sostenible en todos sus ámbitos o fases, desde la producción hasta que llega a nuestros platos.

SOLIDARIA

La gastronomía une dos dimensiones esenciales del ser humano, su nutrición y la convivialidad, por lo que no puede perder de vista su dimensión solidaria, contribuyendo desde su actividad, y en la medida de sus posibilidades, a compartir con quien más lo necesita para que pueda disfrutar de los alimentos necesarios para su salud.

Propuesta de un
**CÓDIGO
DEONTOLÓGICO**
de la Gastronomía





DIGNIDAD
MORALIDAD
TRANSPARENCIA
RESPONSABILIDAD
SERVICIO AL BIEN COMÚN
LEGALIDAD
INTEGRIDAD





Los profesionales del ámbito de la actividad gastronómica consideramos que nuestra aportación es esencial para afrontar los retos que tiene la humanidad en este siglo XXI. Por ello proponemos como inspiradores los Principios Globales de la Gastronomía.

▶ SATISFACTORIA (SABROSA)

▶ SALUDABLE

▶ SOSTENIBLE

▶ SOLIDARIA

GRUPO 1 PRODUCTORES



PRODUCTORES

(Agricultura,
Ganadería y Pesca)



Los productores tienen una gran responsabilidad en la promoción y respeto de estos principios específicos de la gastronomía. Por ello se comprometen a garantizar que en el ejercicio de su actividad la gastronomía sea:

SATISFACTORIA (SABROSA)

Cuidando que el producto tenga las características y las cualidades necesarias que hagan posible una elaboración de gran calidad y una comida sabrosa. Se asegurarán de que su ganado, sus peces y sus productos agrícolas se críen y conserven en el mejor estado posible. Utilizarán técnicas que proporcionen el bienestar tanto de los productos como de los que se alimenten de estos mismos.

SALUDABLE

Evitando el uso de algún tipo de sustancias que alteren la composición y desarrollo de los productos y que pueden llegar a ser dañinos para la salud de los consumidores. También que sus productos son saludables 100 %, que no tienen bacterias ni enfermedades, han desarrollado una vida sana, y no ha presentado daños durante el proceso de elaboración hasta llegar al cliente.

SOSTENIBLE

Adaptando sus métodos y técnicas para el cuidado del medioambiente, haciéndolos compatibles con la eficiencia, eficacia y productividad, evitando sacrificar la sostenibilidad a intereses meramente mercantilistas.

SOLIDARIA

Integrando esta dimensión en la gestión de sus productos, gestionando eficazmente los excedentes en beneficio de todos, especialmente de quienes pueden verse directamente beneficiados por su necesidad. Del mismo modo contribuirán solidariamente por medio de la contratación de personas con discapacidad que pueden desarrollar labores específicas en el sector.



GRUPO 2 PERIODISMO Y COMUNICACIÓN



PERIODISMO Y COMUNICACIÓN



Son muchos los medios y formas de comunicación que pueden contribuir desde su labor no solo a la difusión de la información, sino también del conocimiento y desarrollo de los valores propios de la gastronomía. Así, los medios de comunicación se comprometen con los valores de la gastronomía:

SATISFACTORIA (SABROSA)

Difundiendo de manera creativa y eficaz el gusto por una alimentación sabrosa tanto por sus ingredientes como por sus modos de elaboración.

SALUDABLE

Aportando la información precisa y necesaria para que el público y los usuarios conozcan y comprendan qué elementos y qué técnicas, en qué proporciones y con qué características contribuyen a promover un estilo de vida y unos hábitos de alimentación saludables.

SOSTENIBLE

Integrando en sus informaciones aquellos datos, infografías e informaciones que ayuden a comprender las implicaciones de la producción y consumo de los distintos ingredientes, mostrando las ventajas e inconvenientes de los productos de temporada y proximidad, difundiendo los valores culturales de la tradición junto con las aportaciones de la innovación.

SOLIDARIA

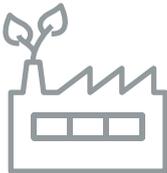
Mostrando en informaciones, entrevistas y reportajes todos los elementos sociales que se benefician de esta actividad, directa e indirectamente, aprovechando también las ocasiones en que la actividad de los profesionales del sector contribuye más directamente a paliar necesidades concretas en momentos de especial dificultad.



GRUPO 3 INDUSTRIA



INDUSTRIA



El sector industrial se compromete a que la gastronomía sea:

SATISFACTORIA (SABROSA)

Asegurando la seguridad y calidad nutricional y alimentaria de los productos y respetando sus propiedades organolépticas.

SALUDABLE

Teniendo en cuenta hábitos de consumo saludables, limitando el empleo de aditivos sintéticos y reemplazándolos cuando sea posible por otros más naturales, reduciendo el uso de azúcares y grasas, y eliminando los alérgenos más comunes entre la población.

SOSTENIBLE

Protegiendo al máximo el medioambiente, para lo cual es clave mejorar la eficiencia de los procesos logísticos e industriales; optimizar la utilización de los recursos (terreno disponible); fomentar el consumo local de verduras, frutas y hortalizas; rechazar el empleo de envoltorios de plástico que no sean absolutamente imprescindibles; reducir la huella de carbono y promover el reciclaje y la reutilización.

SOLIDARIA

Promoviendo, entre los distintos agentes involucrados en el sector, valores que les lleven a comprometerse con iniciativas, colaboraciones y donaciones en favor de grupos desfavorecidos, de asociaciones solidarias y ONG, al tiempo que fomentan el voluntariado entre sus trabajadores y en el conjunto de la sociedad.

GRUPO 4 DISTRIBUCIÓN



DISTRIBUCIÓN



El sector de la distribución juega un papel clave para que la gastronomía cumpla con sus objetivos. Su compromiso deontológico hará que esta sea:

SATISFACTORIA (SABROSA)

Garantizando las condiciones óptimas de las materias primas, implementando los protocolos de supervisión y revisión adecuados: cuidando la incidencia de la humedad y el calor, así como de todos los factores externos medioambientales que pueden alterar los productos, respetando los certificados de procedencia y sellos de calidad.

SALUDABLE

Garantizando que se cumplen los protocolos de seguridad alimentaria para asegurar el transporte de materias primas en su óptimo estado para su consumo, cuidando al máximo cuestiones como el control de la cadena de frío, la correcta manipulación de alimentos o la salubridad de los transportes.

SOSTENIBLE

Contribuyendo eficazmente a evitar las emisiones que provocan el cambio climático controlando la huella de carbono con el uso de medios de transporte energéticamente eficientes, promoviendo en lo posible la venta directa de productos al consumidor y eligiendo las rutas más eficaces.

SOLIDARIA

Promoviendo en su desarrollo el compromiso y la contratación de personas en riesgo de exclusión social y actuando de manera que los productos dañados en el transporte sean recuperados y donados a comedores sociales o instituciones similares.

GRUPO 5 COMERCIO



COMERCIO



El comercio, entendido como el gran mercado de abastos, donde poder comprar toda la materia necesaria tanto para elaborar los platos como para montar el establecimiento, precisa de un compromiso activo en cada uno de los principios de la gastronomía para que sea:

SATISFACTORIA (SABROSA)

Aportando su conocimiento y experiencia acerca del origen, propiedades y estado de los productos para conseguir un mejor aprovechamiento en la elaboración de los platos, tanto de profesionales como de consumidores particulares.

SALUDABLE

Escogiendo mejor los productos y haciendo controles máximos de calidad para garantizar la excelencia.

SOSTENIBLE

Haciendo que, en la medida de lo posible, todos los elementos del empaquetado sean reciclables o reutilizables para minimizar su impacto en el medioambiente.

SOLIDARIA

Concienciando a los hosteleros y al resto de los grupos de interés con los que interactúan para que ofrezcan sus excedentes o productos no vendidos a las instituciones que puedan darles un uso y destino solidario en beneficio de todos.

GRUPO 6 HOSTELERÍA



HOSTELERÍA



En su papel clave de mediadores de la experiencia gastronómica gracias a la elaboración creativa de platos y recetas para ofrecérselos a los clientes, la hostelería (restaurantes, las casas de comidas, bares, tabernas, cafeterías, coctelerías...) asumen su compromiso en favor de una gastronomía que sea:

SATISFACTORIA (SABROSA)

Ofreciendo a los clientes experiencias que dignifiquen el sentido del gusto y su valor cultural a través de la transformación de los productos en creaciones que sepan armonizar tradición e innovación al servicio del gusto de los comensales.

SALUDABLE

Apostando por aquellos productos que respeten los estándares de calidad propios de una actividad al servicio del bienestar de la persona y su salud.

SOSTENIBLE

Implementando dinámicas que involucren a aquellos productores y proveedores que apuesten por los valores de una economía que defiende y promueve la defensa del medioambiente, el entorno natural y que atiende a las buenas prácticas de la economía circular.

SOLIDARIA

Gracias a su participación activa en aquellas iniciativas que permitan extender su labor hacia los más desfavorecidos de la sociedad, mejorando la gestión interna de sus productos, creaciones y excedentes, así como colaborando, si la ocasión y las circunstancias lo aconsejan, con trabajo y ofreciendo sus instalaciones en caso de emergencia o catástrofes.

GRUPO 7 CLIENTES Y CONSUMIDORES



CLIENTES Y CONSUMIDORES



Puesto que es el último grupo de interés de todos los que intervienen y que le preceden en la cadena de la actividad gastronómica (distribución, producción, comunicación, almacenaje), compete a los clientes de los distintos eslabones, así como al consumidor doméstico, aportar su contribución para que la gastronomía sea:

SATISFACTORIA (SABROSA)

Degustando el producto, asumiendo un papel activo como consumidor último, consciente de su responsabilidad y exigiendo la calidad en todos los elementos (producto, elaboración y servicio) para contribuir al arte de la buena mesa.

SALUDABLE

Reclamando la aportación nutricional de los productos con el fin de favorecer no solo la degustación agradable, sino también plenamente provechosa.

SOSTENIBLE

Exigiendo el cumplimiento de los estándares de calidad ética y medioambiental.

SOLIDARIA

Concienciando a todos de la dimensión ética del quehacer profesional y del compromiso social de todas las empresas y miembros de la sociedad.

Puede consultar la Propuesta de un Código Deontológico de la Gastronomía en:
www.ufv.es/repensando-gastronomia/



91 709 14 00



ufvmadrid



Universidad Francisco de Vitoria