



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA

**LA GASTRONOMÍA EN LIMA PARA EL DESARROLLO  
ECONÓMICO Y POSICIONAMIENTO TURÍSTICO**

PRESENTADO POR  
**ONOFRE ANDRES CRUZ LECARO**

ASESORA  
**MILENKA CÁCERES HURTADO**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
TURISMO Y HOTELERÍA

LIMA – PERÚ

2021



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual  
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**“LA GASTRONOMÍA EN LIMA PARA EL DESARROLLO  
ECONÓMICO Y POSICIONAMIENTO TURÍSTICO”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL  
PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**PRESENTADO POR:**

**ONOFRE ANDRES CRUZ LECARO**

**ASESORA:**

**MG. MILENKA CÁCERES HURTADO**

**LIMA, PERÚ**

**2021**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a mis padres, verdaderos guerreros de vida quienes siempre me compartieron enseñanzas, experiencias y valores muy importantes para mi vida personal y profesional, a mis queridos hermanos, primos y tíos por su constante respaldo y apoyo en todo momento de mi vida.

A la Universidad de San Martín de Porres, mi Alma Mater que me ha formado para ser un profesional en la carrera que tanto me apasiona como es el turismo y hotelería, aquella que me ha hecho conocer, aprender y enseñar.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a Dios quién me da la vida y fuerzas para seguir adelante día a día; a todos mis profesores que me ofrecieron sus conocimientos, experiencias y amistad, a mis alumnos que en cada clase dictada me hicieron crecer profesionalmente, a mis amigos, colegas y emprendedores con los que he compartido tiempo e intercambiado conocimientos y experiencias logrando así el desarrollo constante en mi vida laboral.

## ÍNDICE

<b>PORTADA</b>	i
<b>DEDICATORIA</b>	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b>	iii
<b>ÍNDICE</b>	iv
<b>INTRODUCCIÓN</b>	vii
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO</b>	9
1.1. Enfoques de gastronomía	9
1.2. Enfoques de turismo	13
1.2.1. Enfoques de turismo gastronómico	17
1.3. El turismo y la gastronomía para el desarrollo económico	19
1.4. La gastronomía para el posicionamiento turístico	23
1.5. Medidas o disposiciones ante la COVID-19	25
1.6. Protocolos en el servicio de alimentos y bebidas	26
<b>CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA LABORAL</b>	27
2.1 Municipalidad de Lima	27
2.1.1 Gerencia de Desarrollo Económico	28
2.1.2 Subgerencia de Turismo	30
2.2 Especialista en Turismo y Gestor Cultural	31

2.2.1	principales funciones	34
2.3	Logros profesionales	35
2.3.1	Proyectos en los que he participado	37
2.3.2	Capacitaciones y asistencias técnicas	44
<b>CAPÍTULO III: CONCLUSIONES</b>		53
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>		55
<b>ANEXOS</b>		59

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama de la Municipalidad Metropolitana de Lima	28
Figura 2: Organigrama de la Gerencia de Desarrollo Económico de Lima.	29

## INTRODUCCIÓN

La estructura de este trabajo de suficiencia profesional se basa inicialmente en la descripción del tiempo laboral realizado en la Subgerencia de Turismo de la Municipalidad de Lima, iniciando en el año 2004 teniendo continuidad hasta la actualidad.

Se puede decir que Lima es una vitrina nacional culinaria, que ofrece una exquisita fusión de gastronomía y cultura ancestral; razones que seducen al visitante y le generan una experiencia de sabores; razones por la cual la Subgerencia de Turismo (ST) de la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), el Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR) y otros gremios del sector turístico; vienen generando proyectos y actividades dirigidas al desarrollo económico de emprendedores gastronómicos, complementadas con la promoción de la ciudad de Lima en ferias, festivales y bolsas de negocios turísticos nacionales e internacionales, trabajo que tuvo como resultado el posicionamiento de la ciudad de Lima como un destino turístico.

Por otro lado, a nivel local se continúan los trabajos de asistencias técnicas a emprendedores gastronómicos con la finalidad de lograr la profesionalización de los mismos y el desarrollo sostenible y sustentable de la ciudad, generándose así un gran mercado turístico en la ciudad de Lima, en donde la economía compartida es una gran aliada para el desarrollo sostenible y sustentable de todos los participantes

teniendo en cuenta que el servicio ofrecido sea de calidad y de buen respaldo empresarial con buen servicio post venta basado en la confianza y la reputación, jugando un papel fundamental en el desarrollo turístico exitoso y de calidad.

El esquema del trabajo de suficiencia profesional para obtener el título de Licenciado en Turismo y Hotelería inicia con el capítulo I, el cual desarrolla el marco teórico de los temas abordados; en el capítulo II, se describe el desarrollo de mi experiencia laboral y logros profesionales obtenidos; finalizando con el capítulo III, en donde se proponen algunas conclusiones; siendo complementado por fuentes de información, anexos y algunas figuras.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Enfoques de Gastronomía**

La gastronomía es parte del ADN de un pueblo, nación, grupo entre otro; genera identidad local ya que es un patrimonio cultural inmaterial el que muchas veces es transmitido de generación en generación ya sea por medio de costumbres, técnicas, recetas u otros factores. A continuación, algunos conceptos de algunos autores referentes a la gastronomía:

Para Nieto, en estos últimos años la gastronomía en Latinoamérica ha ido generando un protagonismo en donde Perú es un destino turístico gastronómico de talla mundial junto a otros países como Colombia, México, Ecuador entre otros que tienen un gran patrimonio gastronómico, derivado principalmente de un mestizaje, por ello es importante la realización de proyectos de investigación con la finalidad de rescatar los saberes culinarios, establecidos como patrimonio cultural inmaterial (Nieto, 2020)

Por ello, para generar un desarrollo turístico de un territorio es de prioridad trabajar de manera coordinada, articulada, estructurada y con un planteamiento de los intereses locales, así se tendrá como meta u objetivo el desarrollo económico de la localidad y por consiguiente de sus ciudadanos, trabajando también el desarrollo de un turismo responsable con una estructura de sostenibilidad.

Es así que todo proyecto turístico en la actualidad debe tener un perfil de sostenibilidad y sustentabilidad, con la finalidad de generar un beneficio a los ciudadanos locales ya que toda actividad que se realiza beneficia a todos los actores y negocios locales Cadena de Valor.

Cada vez más turistas o viajeros tienen la necesidad de realizar un turismo de experiencias y por otro lado las agencias de viajes vienen renovando sus catálogos con estos perfiles de servicio que ofrecen nuevas rutas, nuevos espacios, nuevas formas de realizar la visita u otras actividades.

Es así, que algunos gobiernos locales y regionales vienen aplicando políticas de desarrollo turístico responsables, sostenibles, sustentables e inclusivos y en algunos casos trabajando planes maestros con proyección a desarrollos futuros y proyectos heredables entre gestiones.

Un buen aliado para trabajar la recolección de información gastronómica como patrimonio cultural e inmaterial es la academia, apoyada por estudiantes, quienes serán futuros profesionales con necesidad de horas de campo para lo que se puede generar un buen perfil de gobernanza de trabajo en conjunto entre el gobierno local y la academia proyectando un plan de trabajo en conjunto para la recolección de información.

Actualmente la gastronomía local es el maridaje perfecto con cualquier visita turística ya que conecta sensaciones y sentimientos haciendo la experiencia turística inolvidable.

En sus aportes, Cremades y Ansón (2019), hacen hincapié en lo que dice la Organización Mundial de Turismo (OMT) proponiendo como modelo exitoso en turismo gastronómico a España y Portugal, teniendo un respaldo en cocineros estrella como Ferrán Adrià, Roca, Arzak los mismos que generan una gran proyección mediática; convenciendo a la sociedad de tener una cocina y cocineros maravillosos lo que se complementa en el respaldo de la materia prima con la que trabajan, generando así un deseo de conocer y visitar éstos destinos por parte de turistas que desean vivir experiencias únicas gastronómicas.

La gastronomía es un arte que lleva en su receta ingredientes tales como: conocimientos, pasión, herencia, técnica, productos ancestrales y evolución histórica; todos íntimamente ligados a las personas y a sus manifestaciones culturales. Es también una actividad económica a nivel local e internacional y en algunos casos presenta propuestas con innovación con la finalidad de satisfacer a exquisitos paladares pero sin perder la identidad originaria del país de donde procede, por ello es necesaria en algunos casos una regulación que respalde de manera jurídica y ofrezca seguridad en el desarrollo de la actividad laboral, profesional, empresarial y el resguardo de la propiedad intelectual en recetas, técnicas y demás. Por ello es primordial el trabajo articulado entre el sector público

y privado con la finalidad de generar una *Ley General de la Protección de la Gastronomía*.

Es por ello que en una sociedad de libre consumo el comensal o consumidor es libre de elegir el establecimiento y la comida que desee según las opciones que ofrezca el mercado acompañadas de una información clara y concisa que le será de mucha ayuda en el momento de la elección.

Durante el desarrollo del turismo existen riesgos al contratar o visitar algún espacio informal; aquel que puede ofrecer experiencias gastronómicas falsas presentando un plato típico que no utiliza la receta ni los ingredientes originarios haciéndolo parecer como un plato tradicional o local.

Por ello es importante generar una sostenibilidad en la gastronomía con una cocina vinculada a la tradición y al terruño; en donde madres, abuelas y bisabuelas utilizaban ingredientes locales y cercanos a sus viviendas. Una cocina con libertad que tiene las cuatro eses: saludable, solidaria, sostenible y satisfactoria.

Para complementar, Rodríguez (2018), desde su postura afirma que: “La difusión de la cultura gastronómica está directamente relacionada con el reconocimiento de las culturas tradicionales ricas en historia, cultura y en acopio gastronómico, este acumulado alimentario puede ser utilizado para el posicionamiento de la identidad cultural propia de cualquier región del país”. (p.18)

Se puede afirmar que la gastronomía combina conocimientos técnicos, algunos heredados y otros que han ido complementando técnicas ancestrales por parte de profesionales con larga experiencia es por ello que lo hace un patrimonio vivo inmaterial que genera experiencias y sensaciones en el comensal.

## **1.2 Enfoques de Turismo**

El turismo actividad que, al realizarse de manera responsable, genera desarrollo económico local, sostenible y sustentable mediante experiencias que vive el visitante al conocer un destino. En base a este tema se nombrará algunas citas y conceptos que complementaran las posturas de algunos autores referentes al turismo:

Es así, que el turismo puede ser multidisciplinario, ya que en su proceso se complementa con muchas disciplinas, las mismas que aportando desde su lugar de acción y de una manera conjunta generan el desarrollo del destino turístico de una manera positiva con un fin común ofreciendo un producto positivo y valioso para el consumidor o turista. Para ello estas disciplinas deben trabajar con una planificación e investigación ya que al ser complementadas con una buena metodología terminan siendo exitosas (Feijoó & Pérez, 2018)

Asimismo, el movimiento turístico es un acontecimiento enlazado a la actividad cultural y al uso del tiempo libre, (Rodríguez, 2018) en donde se complementan actividades de celebración del Folklore, cultura viva, manifestaciones culturales locales, fiestas patronales, gastronomía como un patrimonio cultural

inmaterial; experiencias que se unen al descanso o tiempo disponible para el entretenimiento o las actividades al aire libre que incluyen un esfuerzo físico buscando salud y tranquilidad es decir un momento de relajación y diversión según lo que busque el turista o visitante.

Por otro lado, el comercio turístico está en constante cambio (Beltrán, 2018), en donde la distribución es una pieza fundamental en el proceso de comercialización turística, la que se comporta de forma radical con cambios como: la venta directa en establecimientos de hospedaje o por medio de agencias de viajes ahora se realiza de forma online haciendo que la distribución tenga opciones múltiples.

De manera, que las técnicas de venta como forma tradicional de posicionar un negocio han evolucionado con el pasar de los años, es así que al aparecer la *internet* y al ir desarrollándose las redes sociales y aplicándose en los negocios turísticos han generado un constante cambio en la sociedad y en los negocios que vienen desarrollando estrategias que complementan lo presencial con lo digital ya que la exposición mediática cambió hacia un mundo globalizado en donde las herramientas y tecnologías de la información son súper importantes para generar posicionamiento de marca empresarial.

El sector turismo es uno de los precursores en el uso de herramientas digitales en hoteles, agencias de viajes y restaurantes los que en un inicio se vieron afectados con su aparición, para ello tuvieron que realizar algunos reajustes en su

modelo de negocio aquel que sigue reinventándose en la actualidad innovando para conquistar nuevos clientes y nichos.

Es por ello que los negocios deben adaptarse a la digitalización aplicada a la promoción turística lo que genera una interacción entre empresa, destinos y turistas o visitantes con la finalidad de tener mayores ventas, fidelizar nuevos clientes e ingresar a nuevos mercados.

Para complementar, el turismo es una actividad que debe adaptarse a las necesidades y expectativas de los clientes de una manera eficaz, en el sector de la hotelería y turismo debe preocuparse en la calidad y excelencia de sus procesos sobre todo en el desarrollo laboral y en los servicios ofrecidos ya que es un elemento diferenciador frente a la competencia (González, 2017)

Desde un enfoque del turismo como un sector económico dirigido a una demanda, en donde la demanda turística está ligada a una persona o a un grupo de personas que realizan un viaje movilizándose de su residencia actual por un tiempo no mayor de un año, buscando realizar actividades de ocio, negocios u otros, de acuerdo a la definición de la OMT, adquiriendo productos y servicios turísticos según sus variados intereses, deseos y necesidades (Bravo, Juárez & Cruz, 2019),

Sin embargo, desde otro enfoque turístico para lo que toma en cuenta los componentes del mismo (Rodríguez, 2016), el cual está conformado por los recursos ya sean naturales o culturales; que se convierten en atractivos turísticos al

complementarse con servicios que buscan lograr un fácil desplazamiento y estadía del turista o grupos turísticos, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los mismo con experiencias inolvidables.

Asimismo, la actividad turística con el pasar de los años se transforma, desarrolla, crece, se reinventa y mejora; (Briones, Tejeida & Cruz; 2016) lo cual se refleja en informes internacionales que evalúan el comportamiento de la misma, buscando que sea sostenible y sustentable hacia sus beneficiarios; teniendo como meta el desarrollo y posicionamiento turístico del destino, ofreciendo un servicio de calidad y beneficiando a toda la cadena que éste conlleva.

De manera que para, Capece, (2016);

El turismo es un hecho transversal, incluyente y de impactos múltiples, por lo cual es razonable que la gestión del mismo, en términos del destino, sea algo que no puede ser concebido como de exclusiva incumbencia y decisión de los gobiernos locales. También que su presupuesto no surja exclusivamente de las rentas públicas generales (p.101).

Por otro lado, Guerrero y Ramos (2015);

Afirman lo que mencionó el ex-Secretario General de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO) el Sr. Francesco Frangialli en el evento *El turismo es riqueza*, realizado por el Día

Mundial del Turismo el 27 de setiembre 2006, el turismo comprende “las actividades que hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, negocios o por otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”. (p.32)

Para complementar se puede decir que el turismo visto de diferentes ángulos puede definirse como una actividad compleja ya que tiene un alcance transversal y multisectorial, al generar una serie de beneficios directos e indirectos a la economía del destino.

### **1.2.1 Enfoques de turismo gastronómico**

La experiencia alimentaria de un país es esencial para la comprensión de su entorno cultural, (Curiel, Sánchez & Antonovica; 2015) cada vez más turistas identifican la alimentación como un aspecto clave en su viaje, ya que le permite conocer la gastronomía del destino visitado pero también puede complementarse con otras actividades como realizar visitas a productores de alimentos, asistir a ferias o festivales gastronómicos nacionales e internacionales, lugares específicos que permitan vivir una experiencia sensorial mediante la degustación, o incluso asistir a restaurantes con reputación y prestigio local, nacional o internacional.

Por ello, el turismo se complementa con las actividades gastronómicas o dicho de otra forma genera un turismo gastronómico o de buen comer, (Leal, 2015) actividad que viene desarrollándose con el pasar de los años, ya que la experiencia misma de sabores y sensaciones complementadas con otros atractivos o fiestas tradicionales genera una necesidad hacia los turistas prestos a vivir estas experiencias totalmente distintas a lo que estaban acostumbrados.

De modo que la buena cocina, cocina regional o gourmet es aquella que ofrece sabores y conocimientos vivos, actualmente complementa al servicio turístico estando en pleno desarrollo en algunos destinos y en otros sectores ya desarrollados cuenta con clientes y visitantes de alto poder adquisitivo que no escatima en gastos, siempre y cuando la experiencia gastronómica sea de muy alto nivel. (Bravo, Juárez & Cruz, 2019)

Asimismo, el turismo gastronómico en Lima cuenta con el apoyo de la excelente reputación que tiene la gastronomía peruana a nivel mundial gracias a las tradicionales raíces gastronómicas, fusiones regionales y mundiales, la misma que se viene desarrollando de manera económica al aparecer inversiones de nuevos emprendedores gastronómicos, cadenas de restaurantes y reactivaciones de huariques o restaurantes tradicionales; que proyectan establecimientos con conceptos únicos respaldados en la buena sazón , excelente servicio y características culinarias únicas que al ir trabajando de la mano con los gobiernos locales, asociaciones y otros gremios, cumplen con el desarrollo y puesta en valor

del destino turísticos local con la finalidad de generar un desarrollo sostenible y sustentable.

### **1.3. El turismo y la gastronomía para el desarrollo económico**

Un interesante ejemplo de desarrollo económico sería la segunda mitad de la Colombia del siglo XX en donde se implementaron políticas para el desarrollo regional y para la economía local (Montero, 2020), pero si bien estas acciones promovieron el desarrollo en algunas ciudades y regiones del país, aún el desarrollo ha sido desigual entre regiones al igual que la concentración de riquezas, muchas veces no es por la inexistencia de políticas de desarrollo sino porque existen políticas equivocadas.

Asimismo, las inversiones y el desarrollo de la oferta de servicios gastronómicos turísticos innovadores y únicos los que hacen que se generen mayores puestos laborales generando así un desarrollo económico del sector, lo cual beneficia a los sectores como: el comercio, la construcción, el transporte y los servicios inmobiliarios (Bravo, Juárez & Cruz, 2019)

Todo destino turístico compite diariamente de manera nacional e internacional, para lo cual es súper importante el trabajo que se realiza en el posicionamiento de imagen con perfil turístico en donde el público a quien se dirige debe enterarse de la existencia del destino, los servicios que ofrece, si cuenta con

los requerimientos internacionales entre otros que permitan captar nuevos nichos de mercado.

Es importante mencionar que un grupo o visitante al realizar una visita turística o gastronómica tiene el privilegio de elegir , mejor aún si el destino ofrece una variada gama de productos que reflejen colores y sabores pero eso si acompañados de información de los mismos ya sea textual o visual, lo que ayudará al visitante en su elección; ésta información es generada por el comerciante o en algunos casos algún gestor ya sea del sector público o privado con miras a desarrollo del destino turístico. (Cremades, 2019)

En este sentido, se propone realizar un plan de desarrollo turístico - económico local primero analizando las experiencias de desarrollo que se han trabajado en otras realidades y el nivel de logro de los mismos , la generación de mejoras y desarrollo económico, sirviendo como base para una estructuración propia del plan de desarrollo con la finalidad de trabajar una matriz de desarrollo que proyecte una mejor distribución económica ya sea a nivel local y estatal logrando una equidad regional, municipal y ciudadana; generándose así un modelo responsable de turismo sostenible y sustentable. (Rodríguez, 2018)

Asimismo, un buen modelo de desarrollo turístico, incluyendo los servicios complementarios como la gastronomía, debe generar un impacto económico y turístico, sostenible y sustentable, para ello es necesario tomar en cuenta la

generación de trabajo local, cuidado del medio ambiente y la participación de la comunidad en todo momento. (Rodríguez, 2018)

Por otro lado, Moncada (2017) añade que:

“El desarrollo turístico siempre ha sido una opción para el desarrollo de áreas económicamente deprimidas, principalmente con los grandes objetivos de detonar el desarrollo regional, generar empleo e ingresar divisas. En muchos casos, esos grandes objetivos fueron los que llevaron en la década de los setenta y hasta la fecha, la orientación y apuesta en el desarrollo turístico en diversos países y regiones”. (p.21)

Es así que para muchos países el turismo es generador de empleos y riqueza, claro que se pueden dar impactos positivos como el crecimiento turístico que genere una producción de bienes y servicios, ganancias en el tipo de cambio, generación de empleo y otros que generen desarrollo; pero también se pueden dar impactos negativos; como reveses económicos que desalientan el desarrollo del turismo (Guerrero & Ramos, 2015).

Por otro lado, Curiel, Sánchez y Antonovical (2015) hacen mención que;

El turismo gastronómico comenzó teniendo un carácter interno pero el mercado se fue ampliando a los turistas internacionales que visitan el país en busca de experiencias. De hecho, en la actualidad, se considera esta actividad con buenas perspectivas para un futuro. Los

turistas buscan una vivencia diferente que les permita encontrar algo que no lograrían en otro lugar y que les aporte vivencias lo suficientemente importantes como para considerar la experiencia satisfactoria. (p.101)

Asimismo, para vincular exitosamente el turismo con la gastronomía debe reflejarse de manera diferenciada, única o innovadora, para ello se debe tomar en cuenta la identidad como base, concentrándose en la necesidad del consumidor y la experiencia que el destino le puede ofrecer uniendo las recetas ancestrales, técnicas y atmosfera local, reflejados en una cultura viva de sabor (Flavián, 2014)

Para complementar ello, un buen desarrollo toma en cuenta el fortalecimiento de la capacidad humana y el momento adecuado para mostrar estas capacidades y si no se logra un correcto desarrollo en los participantes esto podría generarles frustración (Rodríguez, 2016).

Asimismo, el crecimiento económico según la teoría económica y algunos autores es necesario indicar que podría ser un estado previo en el logro del desarrollo económico, el que debe realizarse de manera consciente y responsable para los ciudadanos, la naturaleza, el planeta entre otros (Serna, 2016)

Es así como el crecimiento y desarrollo económico son conceptos que tomados a la ligera podrían confundirse, ya que los dos son complementarios, pero si

se logran cumplir de una manera responsable, sostenible y sustentable generarían un perfecto desarrollo económico local. (Serna, 2016)

Por otro lado muchas ciudades en Latinoamérica y en el mundo con problemas de subdesarrollo proyectan la implementación del turismo como una alternativa para el desarrollo económico; éstas ciudades al encontrarse en costas, montañas y bosques tratan de aprovechar los atractivos naturales, a veces de forma irresponsable al sobreexplotar los mismos, realizando modificaciones del espacio mediante la construcción de un producto turísticos lo que puede dañar el territorio pudiendo generar una exposición ante amenazas por fenómenos de origen natural (Capece, 2016).

Por ello, la gastronomía al trabajar de la mano con el turismo puede generar un crecimiento y desarrollo económico, al igual que con otros sectores de la economía (transporte, construcción, tecnología, etc.) teniendo en cuenta la implementación de un modelo de gestión sostenible y sustentable (participación de los ciudadanos y la conservación de los recursos naturales con la finalidad de mejorar la calidad de vida y el respeto a los ecosistemas).

#### **1.4 La gastronomía para el posicionamiento turístico**

La gastronomía al trabajar de forma transversal puede generar beneficios para el posicionamiento y crecimiento turístico beneficiando también a los ciudadanos y demás prestadores de servicios en donde se realiza la misma.

Sobre el turismo gastronómico se puede afirmar, que genera un empoderamiento y desarrollo conjunto para todos los participantes y aliados en el proceso es decir la cadena de valor gastronómica, la que es conformada por trabajadores, productores locales, negocios, profesionales y otros gremios del sector quienes juntos logran poner en valor al destino turístico salvaguardando el patrimonio cultural inmaterial y que debe ser complementado con un servicio diferenciado y único ( OMT & Basque Culinary Center, 2019)

El turismo exitoso en todo su proceso debe generar un crecimiento a nivel cultural, económico y social, asimismo como complemento podemos decir que el turismo unido a la gastronomía ha crecido considerablemente en los últimos años, (Leal, 2015) lo que ha hecho que se convierta en un interesante segmento de emprendimiento y desarrollo para empresas y destinos del sector turístico, logrando muchas veces el desarrollo económico del sector local y nacional.

Con el pasar de los años, el impacto gastronómico ha ido desarrollándose a nivel nacional teniendo en cuenta los premios que ha ido recibiendo la gastronomía peruana; el reconocimiento de la ciudad de Lima como *Capital Gastronómica de América Latina*, atrajo la inversión de nuevos establecimientos gastronómicos, franquicias, empoderamiento de emprendedores gastronómicos y la realización de otras actividades complementarias. Lo que no solo ha generado la valorización de la comida peruana y sus productos, también ha generado el incremento en el turismo interno siendo ésta actividad un eje fundamental en la política nacional de turismo, es

importante el aporte de los gobiernos locales y regionales mediante la realización de actividades que buscan la mejora en los servicios y buenas prácticas gastronómicas, al igual que el gobierno central mediante el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú (CALTUR) buscando así incrementar la demanda turística y generar confianza del cliente en el servicio ofrecido de alimentos y bebidas.

### **1.5 Medidas o disposiciones ante la COVID-19**

En base a la coyuntura actual que viene sucediendo a nivel mundial se tomaron disposiciones preventivas ante el riesgo de contagio por la COVID-19, en el caso de los restaurantes y servicios complementarios se tuvieron que suspender las actividades con la finalidad de evitar propagación de esta enfermedad; para generar una reactivación segura y responsable dirigida al servicio gastronómico se implementaron normativas y manuales para la correcta aplicación de protocolos de prevención sanitaria, con el objetivo de reglamentar las medidas preventivas que deben cumplir los establecimientos de alimentos y bebidas y otros emprendimientos gastronómicos; protegiendo así toda la cadena productiva y todos los que participan en la misma.

De modo que, la normalidad como se conocía antes de la COVID-19 no será igual, la nueva normalidad post pandemia e incluso durante la misma, en donde el sector se debe reactivar inicialmente aplicando protocolos a la hora de realizar el servicio de alimentos y bebidas y proyectando además estrategias y planes de trabajo en búsqueda de desarrollo y posicionamiento (Montero, 2020)

## **1.6 Protocolos en el servicio de alimentos y bebidas**

El gobierno central en coordinación con los gobiernos locales promueven la reactivación económica de los emprendimientos gastronómicos de Lima, para lo cual se desarrollaron en un inicio actividades piloto para la implementación de protocolos sanitarios en la venta de alimentos, pasadas las actividades piloto se dispuso la realización de ferias gastronómicas, atención en establecimientos gastronómicos con aforo controlado al igual que implementación de terrazas gastronómicas; siempre y cuando cuenten con protocolos de bioseguridad establecidos para la atención al público.

Es así que, se organizan capacitaciones y asistencias técnicas para orientar a los participantes en la aplicación correcta de los protocolos sanitarios en la gastronomía, con el objetivo de establecer las medidas preventivas de limpieza y seguridad sanitaria en la preparación de los alimentos y entrega a los clientes, para salvaguardar la salud de todos los actores involucrados.

Estas medidas representan una oportunidad para construir un modelo de reactivación económica, adaptando la oferta gastronómica al contexto actual, bajo parámetros de bioseguridad frente al riesgo de contagio la COVID-19. De esta manera, se genera confianza y seguridad en los clientes, al igual que ingresos económicos para los emprendedores gastronómicos de Lima.

## **CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA LABORAL**

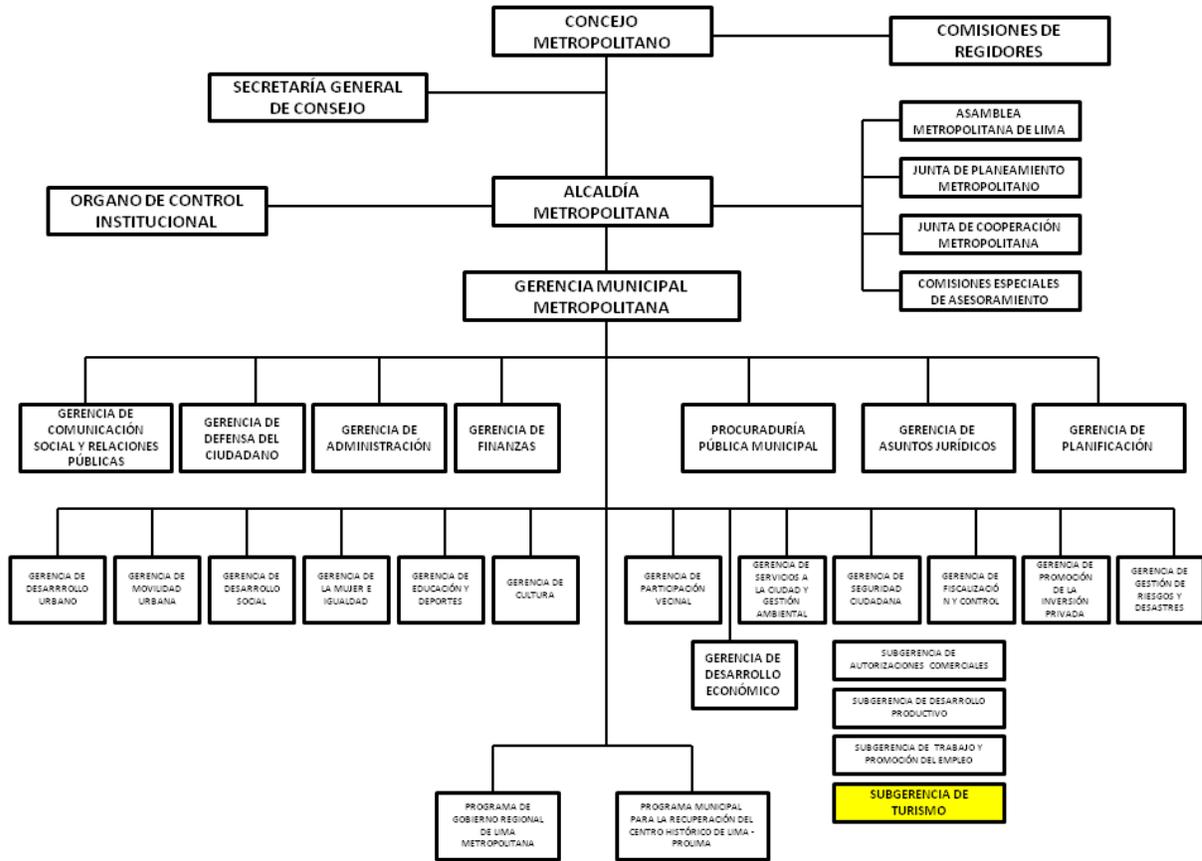
### **2.1 Municipalidad Metropolitana de Lima (MML)**

Es un órgano de gobierno local, que cuenta con jurisdicción provincial, distrital y metropolitana en el departamento de Lima; teniendo un tratamiento especial por ser capital nacional peruana.

Misión: «Generar valor público, promoviendo el desarrollo integral, armónico y sostenible de la provincia de Lima, a través de una gestión eficiente, transparente, participativa, concertadora y moderna».

Visión: «Ser una institución líder en el desarrollo de una ciudad humana, solidaria, moderna, segura y sostenible con el medio ambiente, con una población orgullosa e identificada con la ciudad de Lima Metropolitana; comprometida con mejorar la calidad de vida de los ciudadanos que menos tienen.» (MML, 2019 - 2022)

**Figura 1: Organigrama de la Municipalidad Metropolitana de Lima**



Fuente: Municipalidad de Lima Metropolitana (2020)

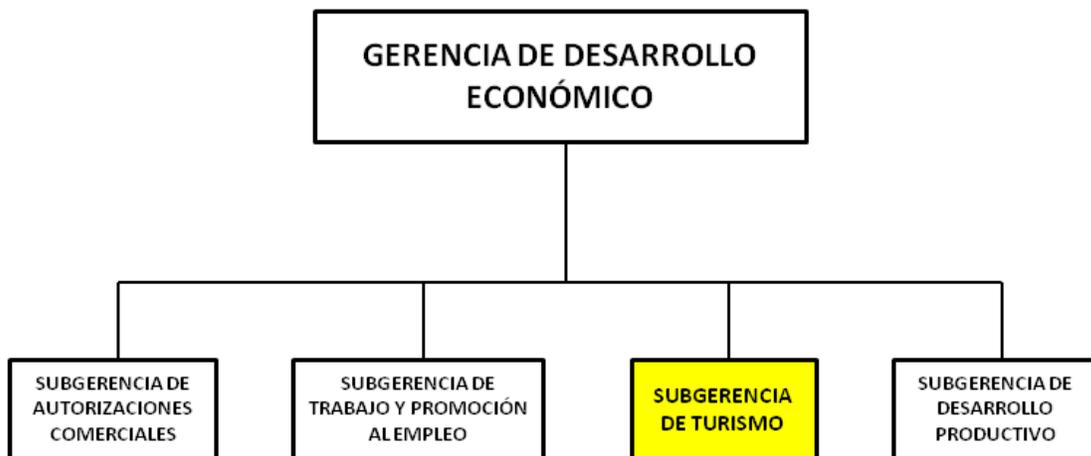
Elaboración Propia

### 2.1.1 Gerencia de Desarrollo Económico (GDE)

Está a cargo de un Gerente, quien depende del Gerente Municipal Metropolitano. Es el área que promueve la innovación como base para una mejora productiva, generando además desarrollo empresarial en la ciudad de Lima, construyendo las bases para una correcta regulación, formalización y promoción;

estructurando así planes para un correcto desarrollo para el ciudadano y emprendedores de una manera sostenible y sustentable, aprovechando los recursos y ventajas competitivas de la ciudad; aumentando las plazas de empleos dignos y logrando una recirculación económica.

**Figura 2:** Organigrama de la Gerencia de Desarrollo Económico de Lima.



Fuente: Municipalidad de Lima Metropolitana (2019)

Elaboración Propia

### **2.1.2 Subgerencia de Turismo (ST)**

Es el área que tiene como responsabilidad generar el desarrollo en la actividad turística de una manera inclusiva, accesible y sostenible en la ciudad de Lima, en concordancia con la política general del gobierno, los planes sectoriales y las directivas relacionadas con la actividad turística. (MML, 2019 - 2022)

La Subgerencia de Turismo fue creada en el año 2005 y actualmente depende de la Gerencia de Desarrollo Económico de Lima Metropolitana según la ordenanza municipal N° 2208 emitida el 20/12/2019.

Las funciones de la Subgerencia de acuerdo al Reglamento de Organización y Funciones de la Municipalidad Metropolitana de Lima (ROF), son equivalentes al de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR). Sin embargo, se tiene pendiente el proceso de transferencia de competencias y funciones regionales, según lo estipulado en la Ley N° 27867 – Ley Orgánica de Gobiernos Regionales. A la fecha, se viene operando básicamente a nivel del Centro Histórico de Lima (CHL), y también en coordinación con otros distritos de Lima.

Visión: Posicionar Lima como un destino turístico competitivo y sostenible.

Tiene como funciones: Planificar, organizar, dirigir y evaluar la gestión del turismo sostenible en Lima Metropolitana, en concertación con otras entidades públicas, el sector privado, los actores sociales involucrados y la normativa legal vigente.

La Subgerencia de Turismo de la Municipalidad de Lima tiene un rol activo con la gastronomía ya que está relacionado de manera directa al sector turístico para lo que se tiene en cuenta la calidad en los servicios turísticos, buscando así fortalecer los conocimientos y competencias de los prestadores de servicios gastronómicos de Lima.

## **2.2 Especialista en turismo y gestor cultural**

Como egresado y luego Bachiller de la Escuela de Turismo y Hotelería, tuve los conocimientos necesarios para poder desempeñarme en diferentes áreas del sector, facilitándome también la complementación de otras actividades ya que mi profesión es amplia y afín con diferentes actividades de servicio. Gracias a los cursos estudiados en la Universidad de San Martín de Porres, experiencias en eventos y actividades en la misma, tuve herramientas que me sirvieron y sumaron para la generación de actividades y proyectos que puse en práctica en la Municipalidad de Lima muchos de ellos se vienen realizando de manera sostenible lo cual me ha permitido desarrollarme profesionalmente en el sector donde trabajo.

El cargo en la Subgerencia de Turismo de la Municipalidad de Lima en el que vengo desempeñándome actualmente es el de coordinador el cual tiene un perfil de especialista en turismo y gestor cultural debido a las actividades y funciones que realizo y con los actores y aliados con quienes coordino, teniendo como meta el mejoramiento de la calidad de vida del ciudadano y el posicionamiento de la ciudad como destino turístico.

He tenido bajo mi responsabilidad la de diseñar y liderar proyectos gastronómicos, al igual que la producción de eventos con perfiles gastronómicos, todas estas actividades se complementan con las constantes capacitaciones, asistencias técnicas y actividades aplicadas a la gastronomía con la finalidad de generar el mayor beneficio a los emprendedores gastronómicos de Lima (restauranteros, festivales gastronómicos, vivanderas, entre otros).

En el tiempo que vengo trabajando en la Subgerencia de Turismo he desarrollado un perfil profesional multidisciplinario, trabajando en dos líneas paralelas complementarias con la gastronomía como son:

Como especialista en turismo he trabajado proyectos y actividades de gestión del desarrollo económico en los emprendimientos de alimentos y bebidas, con la finalidad de fortalecer las capacidades de los prestadores de servicios turísticos, estructurando módulos destinados a la capacitación de restaurantes, hoteles, festivales gastronómicos, asociaciones gastronómicas y otros emprendedores gastronómicos de Lima.

He liderado el seguimiento y asistencias técnicas de los emprendedores gastronómicos capacitados para que puedan aplicar lo estudiado a su realidad; complementando las capacitaciones he realizado la articulación con CENFOTUR en el Programa de Fortalecimiento de Competencias - PFC en donde algunos emprendedores fueron seleccionados por el equipo que lideraba de la ST para que reciban capacitaciones para mejorar la calidad de los servicios culinarios, y

contribuir a consolidar el posicionamiento de Lima como destino gastronómico; además de otras capacitaciones coordinadas por nuestra área.

He participado en el equipo técnico que tuvo como finalidad desarrollar una estructura base y la aplicación de la misma en la ciudad de Lima con la finalidad de generar un turismo gastronómico ordenado, es por ello que se diseñó un plan responsable que tuvo en cuenta: gestión, comercialización, marketing, gobernanza y políticas públicas de un destino gastronómico y turístico sostenible e inteligente, buscando así el incremento de visitantes, una mayor estadía y un mayor consumo al mejorar la competitividad de la empresa gastronómica y turística o gastroturística con productos y servicios turísticos innovadores.

Como gestor cultural he trabajado en el rescate del patrimonio cultural inmaterial reflejado en las recetas y técnicas tradicionales a través de la realización de un inventario gastronómico con documentación histórica de la misma y a su vez la generación de eventos y actividades gastronómicas ya que la gastronomía limeña es una concentración de saberes y sabores que reconecta a los ciudadanos con la identidad local de la ciudad de Lima, resaltando la herencia y secretos culinarios prehispánicos y virreinales.

He participado de manera activa en la realización de inventarios gastronómicos, con la finalidad de rescatar y poner en valor recetas y técnicas tradicionales en base al patrimonio gastronómico inmaterial; generando también

recetarios tradicionales respaldados con un perfil histórico, reconociendo las habilidades y destrezas de emprendedores gastronómicos.

### **2.2.1 Principales funciones**

A continuación, nombro las principales funciones y actividades que he realizado desde el año 2004, muchas de ellas incrementándose con el pasar de las gestiones municipales hasta la actualidad:

- a. Proponer, coordinar y participar en la elaboración de políticas, normas, planes y estrategias vinculadas al turismo de la ciudad.
- b. Analizar la problemática de los establecimientos turísticos y su situación económica, elaborando proyectos diversos para minimizar los efectos generados por la problemática turística y maximizar las posibilidades de inversión de los proyectos turísticos públicos o privados
- c. Diseñar y proponer herramientas metodológicas, marcos lógicos o estándares para la ejecución eficiente de las políticas, planes y normas en materia de turismo.
- d. Diseñar, coordinar, evaluar y efectuar el seguimiento de los indicadores en el marco de las intervenciones y procesos técnicos de la subgerencia de turismo
- e. Participar en la elaboración de políticas, normas, planes, estrategias y seguimiento del plan operativo, presupuesto y el cuadro de necesidades de la Subgerencia de Turismo para el correcto funcionamiento de la misma.

- f. Efectuar el análisis de información relevante que contribuya con el adecuado sustento que requiera el Subgerente de Turismo para emitir una opinión técnica
- g. Coordinar el desarrollo e implementación de las actividades y procesos de la Subgerencia de Turismo para cumplir con lo requerido
- h. Elaborar los términos de referencia, reportes de monitoreo sobre el grado de avance presupuestal, las propuestas e iniciativas de ampliaciones, proyectos de inversión pública y de cooperación técnica para la ejecución presupuestal de la Subgerencia de Turismo.
- i. Participar en el diseño de herramientas metodológicas, marcos lógicos o estándares para la ejecución eficiente de las materias de la Subgerencia de Turismo
- j. Formular, proponer informes técnicos en materias de su especialidad, según sea requerido por la subgerencia de Turismo para su consideración
- k. Participar u organizar comisiones y/o equipos de trabajo por delegación del Subgerente de Turismo para cumplir con los objetivos establecidos
- l. Proponer la contratación, realizar el seguimiento y evaluar los productos derivados de la contratación de estudios e investigaciones en las materias a su cargo para la conformidad de la Subgerencia de Turismo

### **2.3 Logros profesionales**

En todo éste tiempo que vengo desempeñándome en el sector turístico como funcionario público y a la vez realizando otras actividades de la carrera estudiada en la universidad en donde adquirí perfectos cimientos de partida profesional lo que

me ha permitido tener una línea de carrera de más de quince años, logrando diversos reconocimientos al igual que cumplimiento de logros y metas que se ven reflejadas en el mejoramiento y posicionamiento turístico de la ciudad de Lima, al igual que el público beneficiario que aumenta con el pasar de los años y la aplicación de nuevos proyectos, sin dejar de lado la gratitud por parte de los emprendedores con quien trabajo constantemente logrando así que la cadena de valor se desarrolle de manera positiva.

Como Bachiller de la Escuela de Turismo y Hotelería, estaba capacitado para realizar labores que eran necesarias en la Subgerencia de Turismo de la Municipalidad de Lima, debido a que estaba recientemente creada, me desarrollé como especialista aportando los conocimientos y criterios aprendidos los cuales se complementaban con las reuniones en comités de trabajo para la generación de normativas base y planes de desarrollo a nivel nacional y de Lima Metropolitana. Una vez terminados los borradores normativos a los que aporté información y emití opiniones técnicas se enviaban a consulta pública para luego ser emitidos y publicados en el diario el peruano habiendo participado en la elaboración de leyes, planes y normas técnicas hasta la actualidad en representación de la MML y la ST.

Dentro de las actividades iniciales estuvieron las de realizar diagnósticos e inventarios de campo a establecimientos que ofrecían servicios turísticos ya que al inicio de la ST no contaba con una buena infraestructura ni un archivo documentario debilidades que poco a poco se fueron mejorando al realizar exposiciones ante la alta Gerencia Municipal con información que generé en las

visitas técnicas a los establecimientos; generando así un acercamiento entre los establecimientos y la MML proyectando así trabajos de capacitación y generación de inversionistas para futuros proyectos. Para la realización de muchas estructuras de trabajo y formatos de inventario, fue de vital importancia lo aprendido en la Universidad ya que me sirvió como base para la creación de los documentos de trabajo y evaluaciones aterrizados a la realidad de la MML y al destino Lima.

Al comenzar a generar planes y diagnósticos en los inicios de la ST era necesario diseñar formatos de evaluación aplicados a los públicos y beneficiarios ya que en la MML se realizan informes y exposiciones trimestrales sobre logros y metas y era necesario el monitoreo de los mismos es por ellos que se desarrolló formatos de campo y coordinando con estudiantes universitarios y voluntarios se comenzó a generar mayores contenidos para futuro desarrollos de perfiles.

Conforme se iban desarrollando y ampliando las actividades, y en reuniones constantes con la Subgerente de Turismo desarrollé un nuevo organigrama para poder delegar responsabilidades en áreas específicas dentro de la ST que me permitía monitorear y realizar seguimiento del desarrollo de las mismas de una manera más ágil y transparente lo cual generó la necesidad de ampliación de personal para lo que se trabajó la proyección del presupuesto necesario para la nueva estructura de trabajo de la ST lo que se debía sustentar ante la Gerencia Municipal para lo que la información de cifras generadas fueron vitales.

Una vez que se desarrolló un calendario anual de actividades de la ST se pudo proyectar el presupuesto requerido para cada año de gestión el cual se utiliza por cada actividad mediante el uso de término de referencia (TDR) el cual es un documento que resume el requerimiento necesario por actividad (servicio, alquiler o compra) con su respectiva especificación técnica, que se emite ante el área administrativa de la Gerencia de Desarrollo Económico (GDE) y que una vez visado y firmado por el Gerente de Desarrollo Económico y Subgerente de Turismo pasa al departamento de logística de la MML para el estudio de mercado, del proveedor que realizaría el servicio.

Es gratificante también la participación activa que realizo en las coordinaciones con entidades públicas y privadas, además de otros aliados articulando acciones e implementando estrategias a favor del posicionamiento, desarrollo turístico y mejora de la calidad de los servicios gastronómicos del destino Lima.

Participo activamente desde su creación hasta la actualidad, en el Comité Nacional de Normas Técnicas Peruanas en Turismo en representación de la Municipalidad de Lima trabajando exitosamente en el desarrollo (junto a otros integrantes del Comité representantes de otros gremios de turismo) de varias normas técnicas aplicadas al turismo incluyendo las que se han publicado actualmente con miras a la reactivación turística con complementos de Bioseguridad. Participación activa en reuniones de coordinación con MINCETUR y

CENFOTUR, con la finalidad de mejorar los estándares de calidad en los servicios turísticos.

Actualmente vengo desempeñando el cargo de vicepresidente Ejecutivo en el Patronato Gastronómico del Perú (PGP), una institución sin fines de lucro privada, que promueve la gastronomía peruana en su contexto histórico y cultural, estilos de vida saludable, proyectos sostenibles y sustentables a nivel nacional e internacional, con valores y ética, en beneficio de los grupos en estado vulnerable de la sociedad. Participando como expositor en enero del 2020 en la Feria Internacional denominada *Feria Verde* en Berlín - Alemania donde hice el trabajo de Embajador de la Gastronomía Peruana y estuve a cargo del diseño y atención del Stand Perú que tuvo como finalidad la promoción de los productos tradicionales de Perú, a nivel nacional he participado en eventos de promoción gastronómica y en trabajos de asistencias técnicas, generación de contenidos, modelos de trabajo y perfiles de reestructuración organizacional del PGP proyectadas a futuras actividades nacionales e internacionales de igual forma he escrito algunos artículos sobre identidad gastronómica, emprendimiento gastronómico y modelos de gestión para proyectos sobre gastronomía.

Hoy en día con la experiencia que he venido adquiriendo en el sector, realizo actividades que buscan rescatar las tradiciones y costumbres además de la aplicación de políticas de desarrollo turístico responsables, sostenibles, sustentables e inclusivos; generando así beneficios a los ciudadanos y demás actores en la cadena que este conlleva posicionando a la ciudad de Lima con un

servicio diferenciado y único en donde he aplicado todos los conocimientos adquiridos en la Universidad de San Martín de Porres, destacando en este caso las materias de: inglés, derecho, marketing, planeamiento estratégico, proyectos, administración, patrimonio, hotelería, alimentos y bebidas, técnicas de bar y cocina, técnicas de guiar, historia, e incluso comunicaciones y psicología entre otros cursos indispensables para que el ejercicio positivo de mi carrera profesional logrando un desempeño eficiente en cada etapa laboral en la Subgerencia de Turismo de la Municipalidad Metropolitana de Lima.

### **2.3.1 Proyectos en los que he participado**

- **Guía práctica de restaurantes**

Conformé el equipo que realizó la elaboración y corrección de la Guía Práctica de Restaurantes en donde apliqué los conocimientos adquiridos en la universidad siendo algunas materias como: como alimentos y bebidas en los capítulos de técnicas de manipulación, cortes y recetas; derecho ya que tuve que interpretar y usar las normativas sanitarias de turismo y de restaurantes actuales; entre otros temas presentando al final un material amigable y de fácil uso para el público objetivo en este caso restauranteros y emprendedores gastronómicos. Finalmente organicé la conferencia de prensa para la presentación de la guía en donde utilice los conocimientos de comunicaciones adquiridos trabajando de la mano con el área de relaciones públicas de la MML, cabe resaltar que en estos años se estaban realizando y

proyectando las políticas y planes de desarrollo de la ciudad de Lima con la finalidad de posicionarla como un destino gastronómico.

Siendo impresas y distribuidas 7,000 unidades, y tuvo como objetivo mejorar la calidad de los servicios de atención al cliente de los restaurantes de Lima Metropolitana con miras a la Copa América 2004. (Año 2004 – actualmente realizando actualización para futura impresión)

- **Implementación del calendario de eventos de Lima**

De acuerdo a los principios mencionados en el marco teórico, considero que cada uno de ellos se cumplen en mi trabajo de coordinador y especialista al implementar y desarrollar éste calendario que se viene realizando de manera sostenible en donde realicé actividades transversales como:

- ✓ Liderar la producción, promoción y la correcta realización de cada actividad el cual tiene como meta el posicionamiento de Lima Gastronómica mediante actividades y eventos con fechas y temáticas definidas.
- ✓ Participando en reuniones con gremios turísticos, gobierno central y otros aliados; con la finalidad de generar actividades en conjunto que se repliquen y promocionen, logrando así consolidarse como eventos nacionales e internacionales dentro del calendario turístico oficial de Lima. (Inició en el año 2006, repotenciándose cada año hasta la actualidad)

- ✓ He estado a cargo de la producción inicial de los eventos generando una estructura modelo para la realización de los mismos al igual que las especificaciones técnicas de equipos, estructuras y servicios utilizados con la finalidad de realizar eventos de calidad que generen un flujo de visitantes en la realización de cada actividad según las fechas en que se realizan.
- ✓ Con la realización de estos eventos he generado que la ciudad de Lima se ponga en valor como un destino responsable con servicios turísticos complementarios, estableciendo como meta el desarrollo de un turismo sostenible y sustentable con un servicio de calidad beneficiando a toda la cadena que éste conlleva.
- ✓ Actualmente las actividades se promocionan en la web de la Subgerencia de Turismo, redes sociales y otras plataformas; en donde genero contenidos para éstas plataformas y sigo liderando las asistencias técnicas y capacitaciones de los servicios complementarios como restaurantes, hoteles y otros que el visitante utiliza al visitar Lima.

- **Lima Ciudad de Sabores La Gran Semana de Lima (2006 – 2010)**

Para ésta actividad me sirvió de mucho los conocimientos adquiridos en la universidad ya que era una actividad que nunca se había realizado y era necesario generar reglamentos para los concursos, planes de trabajo para

cada actividad, campañas publicitarias, notas de prensa, generación de contenidos, microondas promocionales en medios televisivos y escritos (vale destacar que las redes sociales aun no era una herramienta desarrollada) y capacitaciones a restauranteros y emprendedores gastronómicos.

Fu una de las primeras actividades que se comenzaron a trabajar en Lima con un perfil responsable de intervención del espacio público haciendo que el ciudadano se reencuentre con su ciudad y que se genere mayor afluencia de visitantes ya que en esos tiempos Lima estaba cambiando convirtiéndose en una ciudad con mayor seguridad con mas actividades y servicios.

En ésta ocasión se conformó un equipo de trabajo entre los representantes de la Gran Semana de Lima y la Municipalidad de Lima representada por la Subgerencia de Turismo en donde asistía como coordinador para así generar las actividades de cada día trabajando la producción y creación de cada temática diaria como festivales gastronómicos, concursos de postres limeños y de coctelería, expo venta de chicharrones y anticuchos, complementados con actividades culturales y artísticas; esto logró acercar al ciudadano con el espacio público y disfrutar de actividades culturales y gastronómicas con un corte internacional.

Finalmente organice la conferencia de prensa para la presentación de la actividad en donde utilice los conocimientos de comunicaciones adquiridos trabajando de la mano con el área de relaciones públicas de la MML y la agencia de medios de La Gran Semana de Lima.

- **Programa festivales gastronómicos de Lima**

Donde realicé un trabajo de diagnóstico y reestructuración en el programa de ferias y festivales gastronómicos para luego estructurar un proyecto piloto dedicado a las ferias y festivales, el que actualmente está bajo mi coordinación como programa de Calidad para los festivales gastronómicos de Lima el que tiene como finalidad el mejoramiento en los servicios y productos brindados en las ferias y festivales gastronómicos; el que toma en cuenta implementación y productividad de dichos emprendimientos, asimismo la organización de capacitaciones y asistencias técnicas para orientar a los emprendedores gastronómicos en la correcta aplicación de protocolos sanitarios (2011 hasta la actualidad); con el objetivo de establecer las medidas preventivas de limpieza y seguridad sanitaria en la preparación de los alimentos y entrega a los clientes, para salvaguardar la salud de todos los actores involucrados; generando así la intervención responsable del espacio público con actividades gastronómicas como en la Plazuela Las Limeñitas, Plaza Italia, Alameda Chabuca Granda, entre otros espacios en coordinación con diferentes asociaciones, restaurantes y otros emprendimientos gastronómicos. Desarrollando finalmente un manual operativo para dicha actividad.

- **Remozamiento del boulevard gastronómico del pasaje Olaya**

Donde me desempeñé como responsable de la coordinación y realización desde la creación e implementación del proyecto labor que generó un modelo sostenible y sustentable de desarrolló en un espacio gastronómico seguro y a la vez de experiencias vivas del patrimonio cultural inmaterial gastronómico. En donde realice las siguientes actividades:

- ✓ Inicialmente convoque y lideré reuniones en representación de la ST con los propietarios de los restaurantes, así como con otras áreas de la MML, a fin de mejorar los establecimientos, especialmente las terrazas llegando a un consenso para estandarizar la presentación de los mismos; con la asesoría del Programa Municipal para la Recuperación del Centro Histórico de Lima (PROLIMA), se acordó usar toldos retractiles del mismo color, al igual que jardineras móviles con plantas resistentes como las murrayas, vidrios templados de seguridad y mobiliario de mesas y sillas en fierro forjado.
- ✓ Como producto del trabajo concertado y en conjunto con la empresa privada, se logró renovar y mejorar la estética urbana-arquitectónica en las terrazas de los restaurantes y de los inmuebles de este pasaje, promoviendo el desarrollo económico de la zona y aumentando la calidad urbana y seguridad para los ciudadanos y turistas de esta nueva zona gastronómica, logrando el incremento del flujo turístico y la

puesta en valor de los restaurantes del pasaje Olaya los que actualmente ofrecen los servicios diariamente respetando las buenas prácticas y ofreciendo un servicio de calidad. Este es un claro ejemplo de asociación público-privado que se podría replicar, en otras realidades (2017-2018)

- **Premio Teresa Izquierdo en la feria internacional Mistura (que se celebraba todos los años en setiembre)**

Participo en la instauración y promoción de dicho premio como una modalidad de premiación a los emprendimientos gastronómicos dirigidos por mujeres, es así que se seleccionaron 26 cocineras en el año 2012, provenientes del Cercado de Lima: vivanderas de la Plaza Italia, Chabuca Granda, Sazón y Sabor Las Limeñitas, vivanderas de Madre de Dios; en el año 2013 se seleccionaron 24 microempresarias de diversos mercados de abastos de Lima; y, en el año 2014 se seleccionaron a 25 emprendimientos gastronómicos de Lima Metropolitana, a quienes se les capacitó, visitó en sus establecimientos y se verificó la aplicación de buenas prácticas de manipulación de alimentos. Premiando a 9 emprendimientos, 3 por cada año.

- **Lima Capital Gastronómica de América al 2021**

Estuve inicialmente en el acompañamiento de ésta iniciativa bajo los componentes de mejora de calidad y promoción de la gastronomía peruana en Lima para luego elaborar y estructurar un nuevo modelo de gestión de

calidad para la aplicación en festivales, restaurantes y otros emprendedores gastronómicos dedicados al expendio de alimentos y bebidas en Lima (festivales gastronómicos, vivanderas, entre otros); diseñando planes de trabajo, reglamentos y formatos, dirigidos a la supervisión y fiscalización; los que han sido tomados como modelos replicables para otros distritos y realidades; con la finalidad implementar estrategias para proyectos que buscan mejorar la calidad de los servicios gastronómicos de Lima Metropolitana; trabajo que vengo realizado de manera constante y que ha permitido mejorar las capacidades de los participantes quienes actualmente ofrecen un excelente servicio de atención y calidad a los visitantes del destino Lima, con conocimientos de la historia y cultura de Lima y una información adecuada al momento de orientar a un visitante, fortaleciendo la identidad local con conocimientos, valores y actitudes hacia sus clientes; herramienta súper importante para los procesos de calidad y también para la generación del desarrollo empresarial, con la finalidad de conseguir la sostenibilidad y sustentabilidad económica del destino Lima, lo cual se ve reflejado en el éxito de emprendimientos gastronómicos, los negocios, nuevas inversiones y servicios complementarios.

- **Programa de ferias itinerantes**

Actualmente realizo actividades de coordinación para su eficiente realización, teniendo como meta la implementación de ferias itinerantes que intervengan

el espacio público de manera ordenada, con eficientes condiciones de salubridad y seguridad sin alterar el ornato y/o la tranquilidad de los transeúntes, visitantes y residentes, desarrollando así un nuevo modelo de gestión de calidad para la participación en festivales dedicados al expendio de alimentos y bebidas en los distritos de Lima, con la finalidad de apoyar la reactivación de emprendimientos gastronómicos poniendo en vitrina nuestra variada gastronomía; dirigida a los visitantes nacionales y extranjeros, quienes además de disfrutar del potencial turístico del Centro Histórico, apoyarán a la generación de ingresos y desarrollo económico local. Generando así un modelo de gestión replicable para la intervención responsable del espacio público.

- **Mini Recetario Virtual: Lima de Antaño**

Me desempeñé en la creación y realización del mismo, el que tiene como finalidad revalorar los platos tradicionales de Lima, las recetas originales y otras que fueron fusionándose o aciriollándose con el pasar de los años acompañadas de un respaldo histórico dividido en entrada, plato de fondo y postre en cada edición (actualmente se vienen realizando 6 ediciones desde enero 2021)

- **Reactivación del turismo gastronómico en Lima**

Tengo la responsabilidad de desarrollar desde 2020 hasta la actualidad, asistencias técnicas y capacitaciones a emprendedores para el correcto uso

de los protocolos de bioseguridad; teniendo como objetivo contribuir al reinicio de las actividades en los establecimientos y las asociaciones del rubro gastronómico, diseño y desarrollo del piloto de implementación de protocolos sanitarios en la venta de alimentos preparados solo para llevar en espacios públicos y en los establecimientos gastronómicos de Lima, aplicando así los protocolos de bioseguridad establecidos; teniendo como meta la obtención del Safe Travels (su traducción es 'viaja seguro') el cuál es una distinción en forma de sello otorgado a las localidades que cumplen un conjunto de protocolos diseñados por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

### **2.3.2 Capacitaciones y asistencia técnicas**

Hoy en día con la experiencia que he venido adquiriendo en el sector complementado con los conocimientos adquiridos en la Universidad de San Martín de Porres busco compartir estos conocimientos con los emprendedores para que cuenten con herramientas que les permitan ofrecer un servicio de calidad complementando al desarrollo y posicionamiento del destino Lima.

A continuación detallo las capacitaciones que he venido realizando y los públicos con los que he venido trabajando:

- **Programa Restaurantes Recomendados**

En donde realicé la labor de coordinador, teniendo a mi cargo la creación, monitoreo y evaluación del programa durante la implementación del proyecto

(2012-2014) en donde liderando un equipo de trabajo se convocó a un grupo de restaurantes quienes llevaron un curso internacional denominado MENÚ SAFE, el que fue subvencionado por la ST de la MML, una vez terminado el curso se evaluamos a los restaurantes participantes; a aquellos con notas aprobatorias se les hizo entrega de certificado y placa. Logrando certificar a 29 restaurantes en el Cercado de Lima y 36 a nivel de Lima Metropolitana.

- **Programa de calidad para restaurantes**

En ésta ocasión realicé inicialmente un diagnóstico del estado de los restaurantes, una vez terminada ésta labor generé un plan de trabajo aplicado a los establecimientos, logrando así un perfil estructural de una curricula de capacitación que sigue trabajándose en la actualidad; para ello se coordinó e impartió diversos cursos y charlas con el apoyo de expositores especializados en diversas materias relacionados a la gastronomía y afines los cuales en su mayoría han sido gratuitos y siempre dirigidos al personal de los restaurantes, estructura que sería replicada en diferentes realidades teniendo en cuenta los siguientes temas:

Técnicas culinarias y BPM, calidad de servicio y atención, cultura turística, historia y cultura de Lima, identidad y patrimonio, definición del turismo, beneficios y demanda turística, inglés básico, visitas de campo y pasantías.

Implementación de terrazas gastronómicas, uso de los protocolos de bioseguridad por la COVID-19 (coyuntura actual).

- **Programa de Fortalecimiento de Competencias – PFC**

Tuve como función la de coordinar con el Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR), principal aliado en el tema de capacitación, teniendo como objetivo fortalecer las competencias laborales para el buen desempeño de los colaboradores de las empresas prestadoras de servicios turísticos en este caso restaurantes, festivales gastronómicos y hotelería con la finalidad de promover la formalización y el emprendedurismo. Recibiendo al final de las clases certificado de asistencia aquel que podía ser validado si el participante seguía estudios en dicha institución.

Siendo los cursos dictados los siguientes:

Técnicas básicas de alta cocina, ingeniería del menú y diseño de carta, principios generales de higiene en la manipulación de alimentos, gestión de los procesos en buenas prácticas de manipulación de alimentos, calidad en servicio de restaurantes, gestor en atención al cliente para restaurantes y servicios afines.

- **Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR)**

Es un componente transversal del Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR en esta ocasión tuve como función la coordinación y seguimiento para la participación de los principales restaurantes del CHL que figuran en el listado de MINCETUR aquellos que fueron convocados a una capacitación en un determinado hotel y recibieron asistencia técnica in situ para luego

complementarse con una visita inopinada, luego del cual si todo estaba conforme fueron certificados por un año, se trabajó de la mano con MINCETUR el Plan Nacional de Calidad Turística – CALTUR, donde restaurantes del CHL han participado en sus capacitaciones, teniendo en cuenta que nuestra capital se encontraba de cara al Bicentenario, proyectándose en convertirse en la “Capital Gastronómica de América ha sido nuestra preocupación fortalecer especialmente las capacidades de los restaurantes, festivales gastronómicos y hoteles del Centro Histórico de Lima y en algunos casos algunas municipalidades distritales.

### **CAPÍTULO III: CONCLUSIONES**

Como Bachiller de la Facultad de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, siento que los conocimientos aprendidos durante los años de estudio en la universidad han sido de mucha ayuda, ya que me han permitido desempeñarme positivamente por alrededor de 15 años en mis labores como funcionario en donde he podido generar herramientas de trabajo, las mismas que han sido complementadas con experiencias vividas lo cual me han hecho crecer profesionalmente, logrando así un desarrollo constante en mi vida laboral con un perfil de gestión turística y cultural.

Como profesionales de la carrera de turismo y hotelería, debemos desarrollar un turismo que trabaje de manera positiva; buscando preservar y promocionar la cultura, trabajando de manera conjunta con aliados en búsqueda del desarrollo económico de Lima, de manera equilibrada y equitativa para los ciudadanos.

Se debe trabajar con los emprendedores gastronómicos, prestadores de servicios turísticos y otros aliados con la finalidad de sensibilizar y trabajar en conjunto un plan de promoción, desarrollo y posicionamiento del destino Lima, a fin de que se entienda que el turismo generará un impacto sostenible y sustentable; para ello también se debe tener en cuenta academia ya que los estudiantes de la carrera de turismo tienen una visión actualizada de las nuevas tendencias además que al intercambiar experiencias se generaría un perfil de trabajo positivo.

La política de recuperación de Lima como una ciudad turística debe apoyarse en sus costumbres y tradiciones que reconecten con la identidad local generando una variedad de experiencias gastronómicas que mariden con los atractivos turísticos.

Por ello, la reactivación gastronómica representa una oportunidad para construir un modelo de reactivación económica en restaurantes y espacios públicos encaminado a adaptar la oferta gastronómica al contexto actual, bajo parámetros de bioseguridad frente al riesgo de contagio de la COVID-19.

Es así, que el especialista en turismo debe estar preparado para realizar un plan o estructura de trabajo en la reactivación gastronómica con un plan de desarrollo responsable para que logre adaptarse a los retos que plantea la coyuntura actual, ya que después de esta crisis vendrá una oportunidad para los emprendimientos recuperando el turismo que se perdió por la COVID - 19.

La difusión y promoción de los atractivos turísticos de la ciudad de Lima deben ser complementados por la excelente calidad en la atención y en los servicios turísticos ofrecidos tanto para el turista local como el turista receptivo; promoviendo el consumo en espacios públicos mediante eventos que generen confianza y seguridad en los comensales, complementados con una excelente experiencia gastronómica como estrategia clave para posicionar el destino Lima y la generación de ingresos económicos para los emprendedores gastronómicos, teniendo en cuenta el reconocimiento del Perú por su gastronomía a nivel mundial.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

Beltrán, G. (2018). Geomarketing: geolocalización, redes sociales y turismo. Madrid, Spain: Bubok Publishing S.L. Recuperado de

<https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/51374>.

Bravo, J. L. (Coord, Juárez, J. (Coord.) y Cruz, P. (Coord.) (2019). Competitividad de negocios, desarrollo económico, sustentabilidad y políticas públicas. Plaza y Valdés, S.A. de C.V. Recuperado de

<https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/129832>.

Briones, A. , Tejeida, R. & Cruz, E. (2016). Sistémica y turismo. Ciudad de México, México: Editorial Miguel Ángel Porrúa. Recuperado de

<https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/40117>.

Capece, G. (2016). Turismo: gestión de la complejidad. Buenos Aires, Argentina: Fundación Proturismo. Recuperado de

<https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/77499>.

Cremades, J. y Ansón, R. (2019). Derecho y gastronomía. Madrid, Dykinson.

Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/111600?page=70>.

Curiel, J. D. E.; Sánchez, V. (Coord.) & Antonovica, A. (Coord.) (2015). Turismo gastronómico y enológico. Madrid, España: Dykinson. Recuperado de

<https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/58117>.

Flavián, C. (2014). Turismo gastronómico: estrategias de marketing y experiencias de éxito. Prensas de la Universidad de Zaragoza.

<https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/42456>

González, P. (2017). Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo: UF0049.

Logroño, Spain: Editorial Tutor Formación. Recuperado de

<https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/44245>.

Guerrero, P. E. & Ramos, J. R. (2015). Introducción al turismo. México D.F, Mexico:

Grupo Editorial Patria. Recuperado de

<https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/39409>.

Leal, M. D. P. (2015). Turismo gastronómico, impulsor del comercio de proximidad.

Barcelona, Editorial UOC. Recuperado de

<https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/113746>.

PCM (26/05/2003) Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades

Recuperado de:

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/255705/Ley%20N%C2%BA%2027972%20.pdf.pdf>

Feijoó, J.L. & Pérez, M. (2018). *Fundamentos del turismo: nuevo enfoque en el siglo*

*XXI*. Buenos Aires, Argentina: Ugerman Editor. Recuperado de

<https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/78926>.

Moncada, P. (2017). El estudio del turismo como sistema. Editorial Miguel Ángel Porrúa.

Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/128247>.

- Montero, S. (Comp.) (2020). Repensando el desarrollo económico local desde Colombia. Universidad de los Andes. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/171624>.
- Nieto, A. (Ed.). (2020). Gastronomía y turismo: una reflexión cultural. Fundación Universitaria San Mateo. <https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/187935>
- Organización Mundial del Turismo & Basque Culinary Center (2019), Guía para el desarrollo del turismo gastronómico, OMT, Madrid,  
DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420995>
- Rodríguez, Ó. A. (2016). Sin ética no hay desarrollo. Madrid, Spain: Narcea Ediciones. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/46197>.
- Rodríguez, F. E. (Comp.) (2018). Gastronomía, hotelería y turismo: sostenibilidad e inclusión. Editorial Universitaria San Mateo. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/128577>.
- Rodríguez, A. (2016). ¿Cómo diseñar una experiencia turística? Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/58591>.
- Romero, M. J. (2016). Productos, servicios y destinos turísticos: UF0073. Málaga, España: IC Editorial. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/44529>.

Serna, C. A. (2016). Visiones del desarrollo sostenible . Bogotá , Colombia: Ediciones de la U. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/70321>.

Municipalidad de Lima Información Institucional

Recuperado de: <https://www.munlima.gob.pe/lima/>

Municipalidad de Lima Información Institucional Gerencia de Desarrollo Económico -

Recuperado de: <https://www.munlima.gob.pe/gerencias/gerencia-de-desarrollo-economico/>

## **ANEXOS:**

**Anexo 1:** Flujoograma de proceso de desarrollo económico y posicionamiento turístico mediante la gastronomía.



Elaboración: Propia

**Anexo 2:** La Pileta del Pisco realizada en la Plaza Mayor de Lima.

Fuente: Municipalidad de Lima



Fuente: Municipalidad de Lima

**Anexo 3:** Carrera de Mozos realizada en la Plaza Mayor de Lima.



Fuente: Municipalidad de Lima

#### Anexo 4: Concursos y activaciones Gastronómicas



Fuente: Municipalidad de Lima

**Anexo 5:** Lanzamiento del programa restaurantes recomendados



**Anexo 6:** Lanzamiento e inauguración Boulevard Gastronómico Pasaje Olaya



Fuente: Municipalidad de Lima

**Anexo 7:** Capacitación y asistencias técnicas emprendedores gastronómicos



Fuente: Municipalidad de Lima

**Anexo 8:** Participación en feria Pacha activando el *Patio las Limeñitas*



Fuente: Municipalidad de Lima

**Anexo 9:** Intervención de espacios con festivales gastronómicos



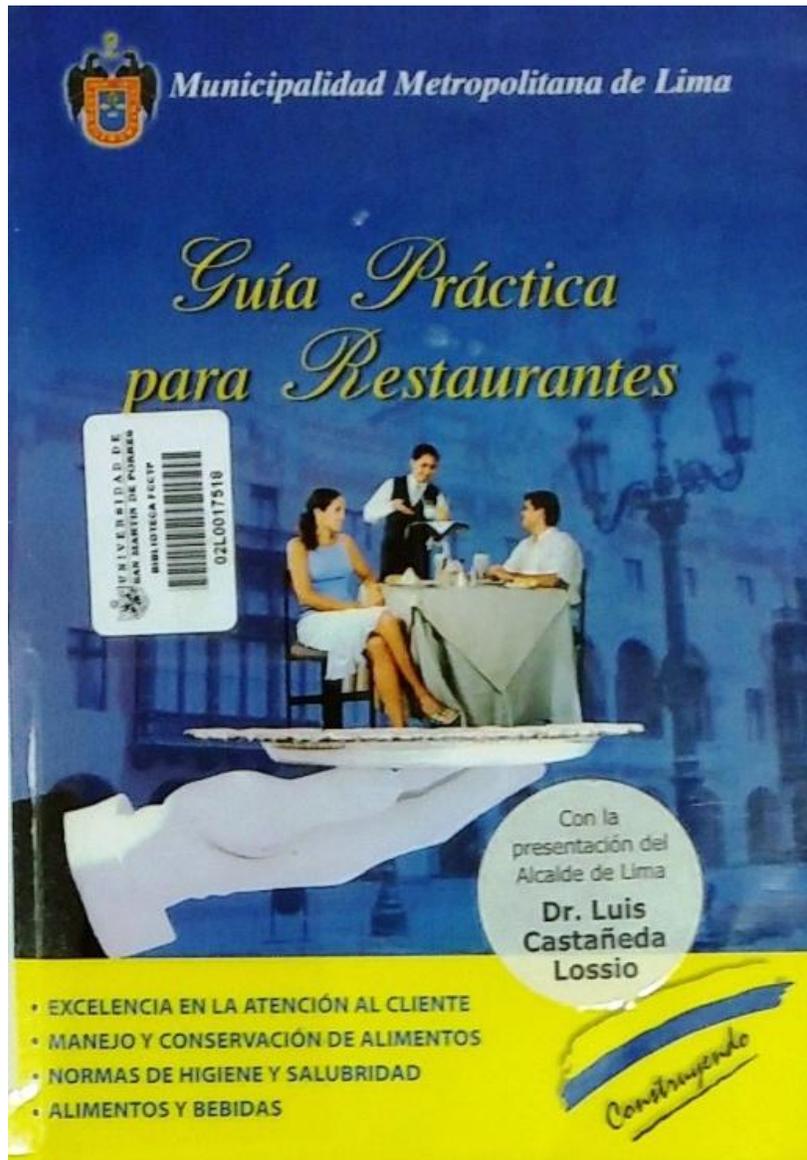
Fuente: Municipalidad de Lima

## Anexo 10: Reactivación de emprendedores con protocolos de bioseguridad



Fuente: Municipalidad de Lima

## Anexo 11: Guía Práctica para Restaurantes



Fuente: sistema de Bibliotecas USMP

## Anexo 12: Publicación de artículo en revista de la Casa de la Gastronomía Peruana



### La gastronomía como identidad y reencuentro

Andrés Cruz Lecaro  
Especialista en Turismo de la Universidad de San Martín de Porres  
Vicepresidente del Patronato Gastronómico del Perú  
Co fundador de AYC Consulting Service



El Perú cuenta con una gastronomía ancestral la cual engloba muchas técnicas, recetas e ingredientes regionales todos unidos ceremoniosamente en el cultivo, cosecha y preparación de los mismos, siendo una manifestación cultural que era transmitida de generación en generación como herencia familiar. Con el pasar del tiempo muchas se perdieron por la ruptura en su transmisión o porque no fueron documentadas en su tiempo, otras se fusionaron con otras técnicas e ingredientes con la llegada de los españoles y años posteriores con la migración e inmigración de varias culturas al Perú.

**Entonces podemos decir que la gastronomía es parte de nuestra identidad, un patrimonio cultural inmaterial presente en cada día de nuestra existencia y labores diarias pero que muchas veces no nos hemos dado un tiempo para el reencuentro con ella.**

Con toda la cadena evolutiva y productiva que hay tras

un plato, dulce o postaje, además de los personajes o actores que aportan técnicas, sazón y sabor; razones que han generado una pérdida en la identidad gastronómica local o regional ya sea por la migración e inmigración, haciendo que muchas regiones con muchos platos tradicionales hayan dejado de ofrecer sus cartas regionales por adaptarse a recetas criollas buscando erróneamente captar visitantes mediante la preparación de platos comerciales capitalinos.

El Perú históricamente propone una oferta pluricultural, incluida la gastronomía: nuestro patrimonio cultural inmaterial, aquello que nos da una identidad heredada que es prioridad mantener y compartir con orgullo.

Para lograr ello debemos rescatar esta identidad mediante experiencias sensoriales, aquellas que nos traen a la memoria recuerdos, momentos, vivencias, experiencias, historias y sabores de alguna parte de nuestro Perú, complementado siempre con fiestas y celebraciones; ya sean religiosas, patronales o incluso de sincretismo religioso; siendo en conjunto un gran patrimonio con identidad que espera la empujadora

#### GASTRONOMÍA PERUANA EN EL BICENTENARIO

En 200 años de historia tenemos también 200 años de fusión gastronómica. Entonces, si aterrizamos lo anterior a las regiones podemos generar micro experiencias nacionales diferenciadas por historias, sabores y técnicas propias con la finalidad de no perder la originalidad en su gastronomía; siendo documentadas estas recetas en miras a la generación de recetarios locales, regionales y nacionales en donde se incluirían complementariamente historia de las recetas y nuevas propuestas teniendo como base ingredientes locales.

Todos los peruanos y los que simpatizan con nuestro patrimonio inmaterial nos convertimos en guardianes y promotores de la gastronomía peruana y de todo lo que se encuentra ligada a ella, ya que al conocerla o redescubrirla, entenderla, vivirla y saborearla nos genera un vínculo de pertenencia, generando un intercambio cultural con experiencias sensoriales, herramientas infalibles para lograr que los visitantes o residentes sean educados acerca de lo valioso de nuestra cultura.

**Entonces viajemos, visitemos, descubramos, saboreemos lo que nuestra cultura tiene para ofrecernos y compartamos lo que vivimos e invitamos a que los demás lo hagan. Solo así mantendremos viva nuestra cultura y gastronomía como parte de nuestra herencia.**

#### FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Acurio, G. (2008) *Larousse de la Gastronomía Peruana*. Lima: Larousse.
- Báskula, C. (2000). *Reflexiones en torno al patrimonio cultural* (pp.167-174). En: Turismo y patrimonio, Vol.1. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Campesi, F. y Corbena (2011) *Turismo y Gastronomía en el Perú*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Coloma, C. (2010). *La comida tradicional del Perú en la obra de Ricardo Palma*. Lima: Instituto Nacional de Cultura.
- Cáñepa, G., Hernández, Biffi y Zuleta García. (2011) *Cocina e Identidad: La Cultura peruana como Patrimonio Cultural Inmaterial*. Lima: Ministerio de Cultura. Hinojosa, G. (2018) *La Cocina del Perú*. Lima: Editorial Planeta.
- Laudan, R. Inuegas, L. (Trad.) (2020). *Gastronomía e imperio: la cocina en la historia del mundo*. FCE - Fondo de Cultura Económica. Recuperado de <https://elibro.net/es/ric/biblioteca/mh/titulos/131560>.
- Olivas, R. (1999). *La Cocina Cotidiana y Fiesta de los Limeños en el Siglo XIX*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Rodríguez-Zulaica, A. (2016). *¿Cómo diseñar una experiencia turística?*. Barcelona: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro.net/es/ric/biblioteca/mh/titulos/58591>.
- Rodríguez, F. (Comp.) (2018). *Gastronomía, hotelería y turismo: sostenibilidad e inclusión*. Editorial Universitaria San Mateo. Recuperado de <https://elibro.net/es/ric/biblioteca/mh/titulos/128577>.
- Zapata, S. (2006). *Diccionario de Gastronomía Peruana Tradicional*. Lima: Universidad San Martín de Porres.

Fuente: Casa de la Gastronomía Peruana

**Anexo 13:** Participación en Feria Internacional - Feria Verde, en Berlín Alemania



Fuente; Patronato gastronómico del Perú

**Anexo 14:** Participación como expositor en el congreso virtual CIMATUR 2021



Fuente: CIMATUR 2021 - Paraguay

Anexo 15: Participación como expositor en el congreso virtual Turismo 5.0 2021



Fuente: Congreso de Turismo 5.0 Argentina - Paraguay

**Anexo 16:** Entrevista en Radio Santa Rosa – Programa en Tu Hogar



Fuente: Radio Santa Rosa

**Anexo 17:** Expositor Conferencia Virtual Perú Destino Gastronómico para el Mundo



Fuente: Patronato Gastronómico del Perú