

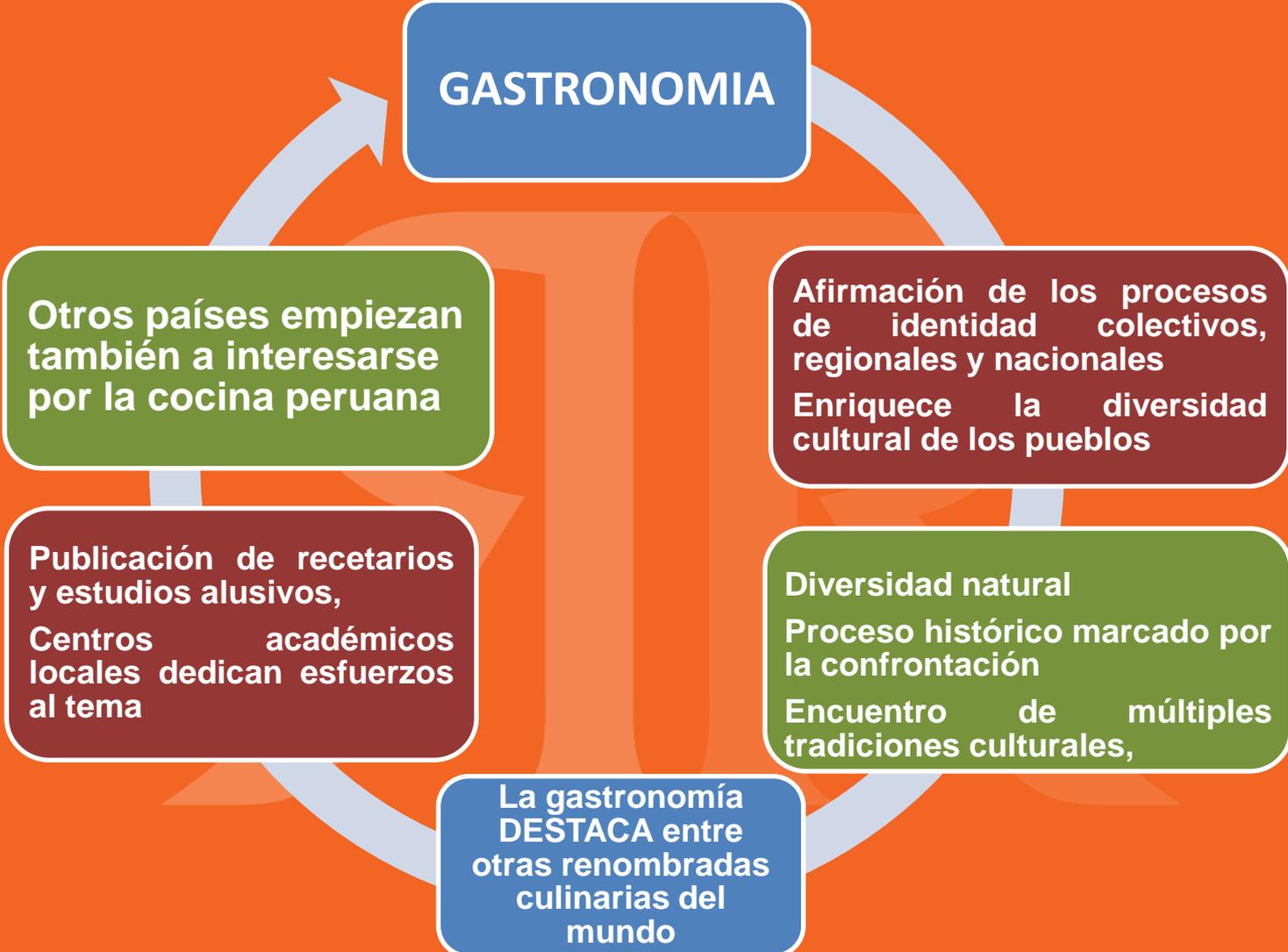
# La gastronomía como producto turístico: Caso Peruano



Rafael Rodriguez  
Executive Chef



# GASTRONOMIA



Otros países empiezan también a interesarse por la cocina peruana

Publicación de recetarios y estudios alusivos,  
Centros académicos locales dedican esfuerzos al tema

La gastronomía **DESTACA** entre otras renombradas culinarias del mundo

Afirmación de los procesos de identidad colectivos, regionales y nacionales  
Enriquece la diversidad cultural de los pueblos

Diversidad natural  
Proceso histórico marcado por la confrontación  
Encuentro de múltiples tradiciones culturales,

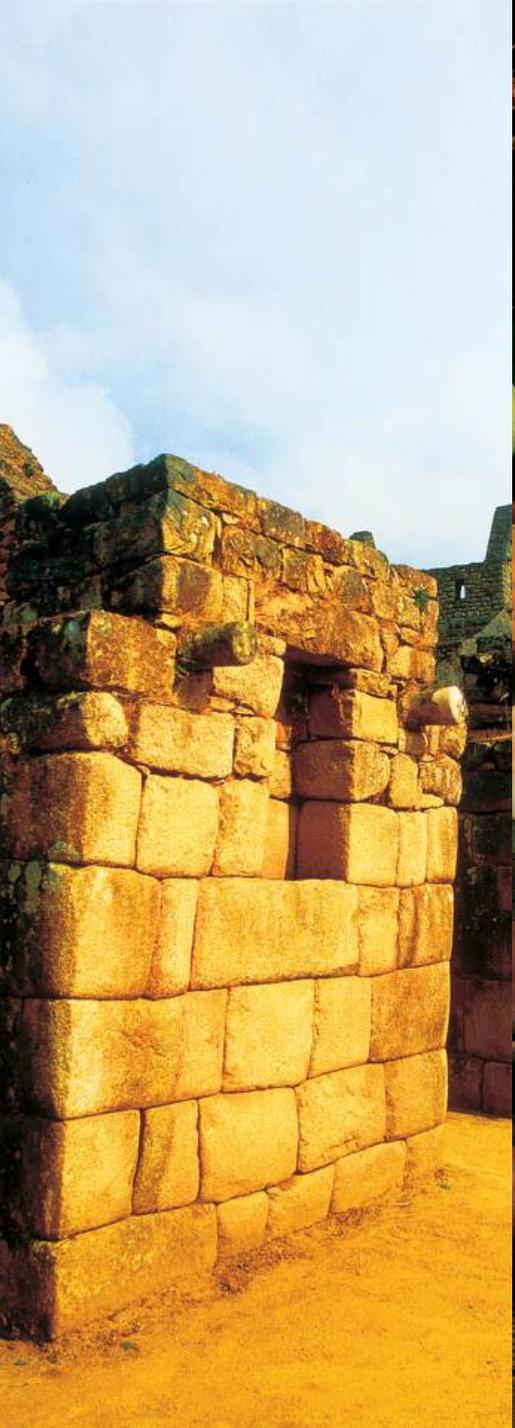
# Objetivos

- **POSICIONAR** en el exterior a la cocina peruana con el propósito de incrementar su potencial turístico.
- Ampliar y **FORTALECER** mercados para la exportación de productos e ingredientes nacionales gastronómicos o vinculados a la gastronomía,
- **ELEVAR** la calidad y ampliar la oferta gastronómica del Perú en el exterior.
- Contribuir al fortalecimiento de los vínculos de **IDENTIDAD Y PERTENENCIA** al Perú de los productos gastronómicos nacionales
- Dar a conocer la **DIVERSIDAD** gastronómica con la que cuenta el Perú
- Generar una **IMAGEN** única, bien definida capaz de ubicar al Perú en el mapa perceptual



# La gastronomía y el Turismo van de la mano

- La Identidad de Pertenencia.
- La Diversidad Natural de Culturas.
- Elevar la Calidad de nuestros productos.
- Generar Imagen



# estadísticas

- número de turistas : incremento exponencialmente.
- El 42% de las estadísticas del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, asegura que la gastronomía fue uno de los aspectos que sobresalen en la elección del Perú como destino.
- Además, la comida peruana es catalogada entre buena y muy buena.
- BENEFICIO del posicionamiento como una alta cocina es incalculable, pues construye la vitrina para promover los ingredientes de origen nacional.

# Lo mejor de nuestra gastronomía

- La cocina peruana ilustre desconocida en el mundo.
- 
- Cambió en forma radical.
- n internacional de nuestra culinaria.

...Lo mejor de nuestra gastronomía

- **Peruana.**
- **Crece exponencialmente.**
- **La cocina peruana está de moda.**



# Evaluación de la gastronomía como elemento imagen de un país

- a en crecimiento que ya representa mas del 5% del turismo.
- nacional.
- an alcanzado más de US\$ 120 millones
-



# Atractivo de la gastronomía en la elección de un destino turístico

- Turistas que prefieren los tours culturales clásicos.
- El turista y la experiencia culinaria.

# Proyección de la gastronomía peruana

- Valor de la gastronomía peruana
- Niveles de crecimiento



# Conclusiones

- La gastronomía es un aspecto considerado en general a la hora de viajar.
- La cultura como mayor atractivo del Perú.
- Atractivo complementario al viaje que se realiza.
- Mayor promoción del Perú en general.

# Conclusiones

- La gastronomía peruana es altamente valorada como producto turístico
- La gastronomía peruana tiene un potencial turístico bastante alto.
- Labor que realizan las diferentes asociaciones y empresas.
- Falta de promoción



# Promoción de la gastronomía peruana En el exterior





Al respecto,

**“El plato de un chef”**, Mario Vargas Llosa

*“Si alguien me hubiera dicho hace algunos años que en el extranjero se iba a un viaje turístico turístico por el Peru, simplemente no lo hubiera hecho. Pero ha ocurrido. Y sospecho que los chupes de camarones, los piqueos, la causa, las pachamancas, los cebiches, el lomito saltado, el aji de gallina, los picarones o el suspiro a la francesa, atraen ahora al mismo tanto turistas como los palacios coloniales y monumentos del Cusco y las piedras de Machu Picchu”.*







PAPA NEGRA

CHUNO

Peru Gastronomico

Peru Gastronomico

Peru Gastronomico

Peru Gastronomico

Peru Gastronomico

Peru Gastronomico



# La gastronomía como producto turístico: Caso Peruano



Rafael Rodriguez  
Executive Chef