



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

ESCUELA DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN GESTIÓN PÚBLICA Y
DESARROLLO REGIONAL**

TESIS

**POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA
COMPETITIVIDAD DE LA COCINA TRADICIONAL CUSQUEÑA
EN EL TURISMO GASTRONÓMICO: CASO PROVINCIA DEL
CUSCO 2010-2023**

**PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ECONOMÍA MENCIÓN GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO
REGIONAL**

AUTOR :

Br. ROSA OLINDA BEJAR JIMENEZ

ASESOR:

M.Sc. JORGE DIAZ GOMEZ

Cod. ORCID :0009-0003-9574-8424

CUSCO - PERU

2025



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor M.Sc. JORGE DIAZ GOMEZ.....
..... quien aplica el software de detección de similitud al
trabajo de investigación/tesis titulada: POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA
COCINA TRADICIONAL CUSQUEÑA EN EL TURISMO
GASTRONÓMICO: CASO PROVINCIA DEL CUSCO 2010-2023

Presentado por: ROSA OLINDA BEJAR JIMENEZ DNI N° 23853112;
presentado por: DNI N°:

Para optar el título Profesional/Grado Académico de MAESTRO EN ECONOMIA
MENTIÓN GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO REGIONAL

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 02 veces, mediante el
Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de**
Similitud en la UNSAAC y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 8.....%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	☒
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	☐
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	☐

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto**
las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 03 de DICIEMBRE de 2025


Visto
Dr. Tito Livio Paredes Gordon
DIRECTOR


Firma

Post firma M.Sc. JORGE DIAZ GOMEZ

Nro. de DNI 23835971

ORCID del Asesor 0009-0003-9574-8424

Se adjunta:

- Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
- Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: **oid:** 27259:535786574

ROSA OLINDA BEJAR JIMENEZ

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA COCINA TRADICIONAL CUSQUEÑA ...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:535786574

Fecha de entrega

3 dic 2025, 9:11 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

3 dic 2025, 9:13 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA COCINA TRADIC.....pdf

Tamaño del archivo

4.9 MB

137 páginas

25.173 palabras

148.287 caracteres

8% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)
- Trabajos entregados

Fuentes principales

- 8%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO

INFORME DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES A TESIS

Dr. TITO LIVIO PAREDES GORDON, Director(e) de la Escuela de Posgrado, nos dirigimos a usted en condición de integrantes del jurado evaluador de la tesis intitulada **POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA COCINA TRADICIONAL CUSQUEÑA EN EL TURISMO GASTRONÓMICO: CASO PROVINCIA DEL CUSCO 2010-2023** de la Br. ROSA OLINDA BEJAR JIMENEZ. Hacemos de su conocimiento que la sustentante ha cumplido con el levantamiento de las observaciones realizadas por el Jurado el día **VEINTICUATRO DE NOVIEMBRE DE 2025**.

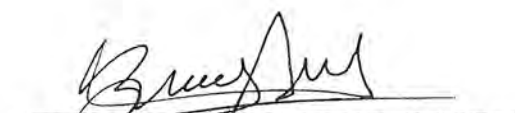
Es todo cuanto informamos a usted fin de que se prosiga con los trámites para el otorgamiento del grado académico de MAESTRO EN ECONOMÍA MENCIÓN GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO REGIONAL.

Cusco, 01 de Diciembre del 2025


DR. ERNETS BATALLANOS ENCISO
Primer Replicante


MGT. WILVER BARRIENTOS GUZMAN
Segundo Replicante


DR. CARLOS ARTURO DÁVILA ROJAS
Primer Dictaminante


DR. WALTER CLAUDIO BEIZAGA RAMIREZ
Segundo Dictaminante

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis, a mi esposo y compañero de vida Jorge, tu amor y apoyo constante son pilares fundamentales de nuestro hogar.

A mis hijos José, Firelli, Alexandra y Trilce, cuya motivación, fortaleza y cariño inspiran cada uno de mis esfuerzos. Ustedes representan mis mayores logros y el motor permanente de mi vida. A mis nietos Sophie, Martí y Ona, cuya ternura ilumina mi camino.

A mis yernos Alonso y Xavie, por su permanente colaboración y afecto, que han enriquecido nuestra vida familiar.

A mis hermanos, por su constante aliento y compañía.

Gracias familia por ser un pilar de fortaleza y luz, para lograr nuestros objetivos; y, este logro, es nuestro en equipo.

IN MEMORIAM

A mis padres, Máximo y Tomasa, cuya guía, valores y amor perduran en mi memoria y continúan orientando mis decisiones. Su legado ha sido y seguirá siendo el fundamento de mi crecimiento humano y académico.

AGRADECIMIENTO

Expreso profundo agradecimiento al M. Sc. Jorge Díaz Gómez, Asesor de la presente tesis; cuyo acompañamiento académico y dirección rigurosa, fueron esenciales para el desarrollo de esta investigación. Sus aportes críticos, su conocimiento especializado constituyeron un soporte insustituible para alcanzar la culminación de este trabajo. Mi sincero agradecimiento a los docentes de la Maestría en Economía con mención en Gestión Pública y Desarrollo Regional, quienes, a lo largo de este proceso formativo, me brindaron enseñanzas que cimentaron la base teórica y analítica sobre la cual se construyó esta tesis. De manera especial, deseo expresar mi gratitud a las y los integrantes de la Asociación de Picanterías del Cusco, presidida por la Sra. Rosmery Velásquez, cuyo apoyo fue fundamental para este estudio. Sus experiencias, conocimientos, memorias y prácticas culturales permitió que esta investigación no solo fuera viable, sino que adquiriera una relevancia histórica y social, imposible de obtener sin su participación. Su tiempo y testimonio enriqueció cada etapa del análisis, confiriendo a este trabajo una relevancia que trasciende lo estrictamente académico. Su contribución ha sido esencial en la consecución de los objetivos de esta tesis, y por ello les expreso mi permanente gratitud.

A todas las personas e instituciones que, de manera directa o indirecta, aportaron al desarrollo de esta investigación, mi reconocimiento sincero. Su colaboración reafirma el valor del trabajo colectivo y el compromiso compartido con el fortalecimiento cultural y el desarrollo de nuestro patrimonio inmaterial regional. Siempre con el compromiso de generar valor y política pública para la cocina tradicional cusqueña.

La Autora.

INDICE

CARATULA	
DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO.....	II
Resumen	1
Abstract	2
INTRODUCCIÓN	3
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1. Situación problemática (Problema Objeto de la investigación POI)	5
1.2. Formulación del problema	9
1.2.1. Problema o interrogante general	10
1.2.2. Problemas o interrogantes específicos	12
1.2.3. Los problemas identificados son los siguientes:	14
1.2.4. Problema General	14
1.3. Justificación de la investigación	15
1.3.1. Justificación teórica	16
1.3.2. Justificación metodológica	17
1.3.3. Justificación social	17
1.3.4. Justificación personal	18
1.4. Objetivos de la investigación	19
1.4.1. Objetivo general	19
1.4.2. Objetivos específicos	19
II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	21
2.1. Bases teóricas	21
2.1.1. Políticas públicas	28
2.2. Marco conceptual (palabras clave)	31
2.2.1. Cadena de valor	31

2.2.2.	Gastronomía.....	31
2.2.3.	Competitividad	31
2.2.4.	Productividad	32
2.2.5.	Asociatividad	32
2.2.6.	Patrimonio cultural inmaterial	32
2.2.7.	Cocina tradicional cusqueña:	33
2.2.8.	Turismo Gastronómico	33
2.3.	Antecedentes empíricos de la investigación (estado del arte)	33
2.3.1.	Antecedentes internacionales	37
2.3.2.	Antecedentes nacionales	38
2.3.3.	Antecedentes regionales y/o locales	42
2.4.	Hipótesis y variables	46
2.4.1.	Hipótesis	46
2.5.	Identificación de variables e indicadores	47
2.6.	Operacionalización de variables	48
III.	METODOLOGÍA	50
3.1.	Ámbito de estudio: localización política y geográfica	50
3.2.	Tipo y nivel de investigación	51
3.3.	Unidad de análisis	51
3.4.	Tamaño de muestra	52
3.5.	Técnicas de selección de muestra	52
3.6.	Revisión estadística	53
3.7.	Entrevistas y encuestas dirigidas	54
3.8.	Técnicas de recolección de información	54
3.9.	Técnicas de análisis e interpretación de la información	54
3.10.	Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas	55

IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	56
4.1.	Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados	56
4.2.	Pruebas de hipótesis	74
4.3.	Presentación de resultados	77
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
5.1.	Conclusiones	82
5.2.	Recomendaciones	88
VI.	BIBLIOGRAFIA	91
I.	ANEXOS	96

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Gestión del negocio	57
Tabla 2. Tipo de negocio	57
Tabla 3. Nivel de estudio del gestor del negocio:	57
Tabla 4. ¿Cómo ha adquirido sus conocimientos de cocina?	58
Tabla 5. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su negocio?	59
Tabla 6. ¿Cuál es tu especialidad en la picantería?	59
Tabla 7. ¿qué plato es más solicitado por tus clientes?	62
Tabla 8. ¿Qué tipo de materiales y equipos tradicionales utilizas para la cocina?	63
Tabla 9. ¿Que necesitas para hacer crecer tu negocio?	64
Tabla 10. ¿Participas en ferias gastronómicas?	64
Tabla 11. ¿Quiénes organizan las ferias gastronómicas?	65
Tabla 12. ¿Qué actividades se debería realizar para promocionar las picanterías?	65
Tabla 13. ¿Que se debería hacer para que los turistas nacionales y extranjeros consuman en las picanterías?	66
Tabla 14. ¿Es posible mejorar la calidad de los platos de las picanterías?	67
Tabla 15. ¿Si la respuesta es SI Que es lo que debería hacer?	68
Tabla 16. ¿Cuál es el principal problema que enfrenta su picantería para mejorar la calidad de los platos tradicionales y los servicios que se brinda a los clientes?	68
Tabla 17. ¿Qué es lo más importante para tener mayor clientela en el negocio?	69
Tabla 18. ¿Con que frecuencia vienen los turistas extranjeros para degustar los platos de la picantería?	70
Tabla 19. ¿Qué es lo que tiene que hacer para atraer a los clientes del extranjero que visitan el Cusco?	70
Tabla 20. ¿Ha recibido visita de funcionarios del gobierno central para mejorar la gastronomía tradicional de las picanterías de la provincia del cusco?	71
Tabla 21. ¿Crees que los insumos nativos que utilizas mejora la calidad de la comida?	71
Tabla 22. ¿Qué apoyo necesitas del gobierno central, del gobierno regional de Cusco, de la municipalidad provincial de Cusco, para mejorar la competitividad de la cocina tradicional cusqueña?	71

Tabla 23. ¿Requiere algún apoyo de la Universidad o de otras instituciones? 72

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura organizacional de la gastronomía 28

RESUMEN

La cocina tradicional cusqueña constituye un componente central del patrimonio cultural inmaterial del Perú y representa un activo estratégico para el desarrollo territorial. Los resultados de la presente investigación, basada en encuestas aplicadas a picanterías de la provincia del Cusco, evidencian que la vigencia de estas prácticas culinarias se sustenta en la transmisión intergeneracional de saberes, el uso de insumos locales y la preservación de técnicas y utensilios tradicionales. No obstante, esta tradición enfrenta limitaciones estructurales derivadas de la escasa presencia de políticas públicas articuladas, la débil institucionalidad de apoyo y la limitada capacitación técnica de los gestores gastronómicos. A pesar de estas restricciones, los actores vinculados a la cocina tradicional reconocen la necesidad de fortalecer sus capacidades para incrementar la calidad, estandarización y competitividad de la oferta gastronómica. En un contexto nacional e internacional de creciente valoración de lo autóctono, la cocina tradicional cusqueña posee un potencial significativo para dinamizar la economía regional mediante el turismo gastronómico, la diversificación productiva y la articulación con cadenas de valor locales. En consecuencia, la consolidación de este patrimonio culinario requiere políticas públicas integrales que promuevan la competitividad territorial y contribuyan al desarrollo sostenible e inclusivo del país.

Palabras clave: políticas públicas, competitividad, patrimonio cultural inmaterial, cocina tradicional.

ABSTRACT

Traditional Cusqueñan cuisine is a central component of Peru's intangible cultural heritage and represents a strategic asset for territorial development. Findings from this research, based on surveys conducted in traditional *picanterías* in the province of Cusco, show that the continuity of these culinary practices relies on intergenerational knowledge transmission, the use of local ingredients, and the preservation of traditional techniques and utensils. However, this heritage faces structural constraints, including limited public policy support, weak institutional frameworks, and insufficient technical training for gastronomic managers.

Despite these challenges, stakeholders recognize the need to strengthen their capacities to improve quality, standardization, and the overall competitiveness of traditional cuisine. In a national and international context characterized by renewed appreciation for local and ancestral food cultures, traditional Cusqueñan cuisine holds significant potential to stimulate regional economic growth through gastronomic tourism, productive diversification, and stronger integration into local value chains. Therefore, consolidating this culinary heritage requires comprehensive public policies that promote territorial competitiveness and contribute to sustainable and inclusive development.

Keywords: public policies, competitiveness, intangible cultural heritage, traditional cuisine.

INTRODUCCIÓN

La gastronomía tradicional y regional no se puede entender sin el desarrollo de la gastronomía a nivel nacional que en la práctica refleja un largo proceso de desarrollo de cientos de años, donde se expresa las diversas fusiones; como resultado de un proceso iniciado con las culturas precolombinas y se desarrolla hasta la actualidad, como expresión de una vasta y rica herencia cultural, donde se manifiesta la diversidad cultural desde las culturas precolombinas, inca, europea, africana, árabe, asiática y japonesa. A esta fusión de vertientes culinarias, es necesario considerar la diversidad biológica que posee el Perú y la región cusqueña, como país y región megadiverso y pluricultural.

Un aspecto a tener en cuenta cuando se investiga la cocina tradicional cusqueña es la cadena productiva de la gastronomía; en este caso se tiene que considerar la producción agropecuaria en toda su diversidad y los gustos y preferencias de los consumidores.

Además de la fusión de las cocinas, la diversidad biológica, se tiene que tomar en cuenta la gestión gastronómica, como en efecto señala (Ginocchio Luis, 2012), que las escuelas de negocios tienen un rol que cumplir en la formación de nuevos empresarios gastronómicos.

Otro elemento relevante es el entendimiento del concepto de la gastronomía tradicional cusqueña como un patrimonio cultural inmaterial. En este sentido, la importancia del patrimonio cultural (Brugman Fernando, 2006), no es tanto la manifestación cultural en sí, sino la riqueza de conocimientos y técnicas tradicionales que se transmiten de generación en generación a través de ella. Por ello, el valor social y económico de esta transmisión de conocimientos, debe apoyarse en políticas educativas formales e informales.

Efectivamente la ausencia de un real entendimiento del concepto patrimonio cultural inmaterial ha determinado que no se valore la importancia y las potencialidades de las cocinas tradicionales regionales, por parte de los que toman decisiones de políticas públicas para potenciar las cocinas tradicionales de las regiones entre ellas la cocina tradicional cusqueña que está relegada y no está siendo potenciada, como ha sido la experiencia en otras latitudes como son los casos de Ecuador y México. Por ello, (Martínez Virgilio, 2023), sostiene, que no debería haber hambre, los insumos están ahí, los ingredientes están ahí, creo que tenemos una capacidad para adaptarnos, tenemos capacidad de trabajo, luchamos por nuestra soberanía alimentaria y no deberíamos estar subordinados a formas de consumir.

Para un mayor conocimiento y entendimiento de la cocina tradicional cusqueña, no solamente se ha sistematizado los diversos estudios que dan en cuenta la historia y el desempeño de la cocina tradicional cusqueña, sino que ha sido de vital importancia realizar una investigación de campo con encuestas dirigidas a conocer y recoger el pensamiento, los intereses y el punto de vista de los protagonistas de la cocina tradicional, además de variadas entrevistas a los actores de los diferentes niveles de gobierno de la ciudad de Cusco.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática (Problema Objeto de la investigación POI)

La situación problemática de la cocina tradicional cusqueña no se puede entender sino no ponemos en el contexto de la gastronomía peruana que es resultado de un largo proceso de desarrollo de miles de años, donde mejor se expresa las mixturas y el mestizaje; porque es el resultado de un proceso iniciado con las culturas originarias y se desarrolla hasta la actualidad, donde se manifiesta la diversidad cultural desde las culturas precolombinas, inca, europea, africana, árabe, asiática y japonesa, hasta nuestros días. A esta fusión de vertientes culinarias, es importante agregar la diversidad biológica que posee el Perú, como país megadiverso y pluricultural.

En este sentido la cocina tradicional cusqueña al igual que la gastronomía nacional y de otras regiones, es resultado de un mestizaje gastronómico que comprende la introducción de especies foráneas; la mezcla (fusión) de saberes, técnicas e ingredientes; la comercialización de productos en América y fuera de ellas; y, la mezcla (fusión) de sabores en la comida de la época de la colonia (siglos XVI-XVIII) y en la república (siglos XIX a XXI).

Los diferentes aportes al patrimonio cultural inmaterial como la cocina tradicional cusqueña es resultado de diversos aportes a lo largo de los siglos, entre ellas podemos mencionar un conjunto de estudios como los siguientes: En la tesis de maestría denominado “Plan Estratégico de la Gastronomía-Tesis de Maestría (2015): CENTRUM Graduate Business School-PUCP”, se menciona entre otros que según indicó Tafur (2007) la historia precolombina identifica al Perú como un país netamente gastronómico.

En los tiempos coloniales se incorporaron nuevos usos y costumbres culinarios Rodríguez (2007), tales como: (a) la fritura, (b) el uso de los lácteos, (c) la carne de res, (d) la carne de cerdo, (e) los huevos y carne de gallina, y (f) nuevas aves de corral (pato, ganso) y cultivos como cebolla, ajo, que combinados con el ají y productos nativos serían los principales ingredientes de las cocinas regionales.

Los esclavos africanos que llegaron con la colonización aportaron lo suyo, como menciona Rodríguez (2007), dado que utilizaban las partes blandas de la carne desechadas por las élites, las cuales se condimentaban abundantemente para disminuir los fuertes sabores de la carne, para posteriormente cocinarlos a las brasas. De aquí salieron muchos de los más representativos platos de la actual comida criolla, tales como: (a) anticuchos, (b) sangrecita, (c) camote con relleno, (d) cau-cau, (e) pancita, (f) mollejitas, (g) chanfainita, (h) patita con maní, (i) choncholí, y (j) tacu-tacu. (Rodríguez, 2007, p. 12).

La migración de los chinos-cantoneses y su influencia en la cocina peruana a una variedad de platos como el salteado a fuego fuerte y los sabores agridulces en las carnes); además, del uso de nuevas hierbas y de la salsa de soya, sillao, USAF (2007). El aporte más importante de la migración asiática fue la introducción del arroz fue el arroz, convirtiéndose en un plato nacional en todas las regiones del país y su cultivo se ha extendido tanto en la costa como en la selva peruana. En la segunda mitad del siglo XIX se produjo la migración italiana que popularizó el uso de pastas, pastel de acelga, dulces y postres como el panetón.

La cocina marina peruana se enriqueció con el aporte de la cocina de los migrantes japoneses en el siglo XIX, logrando una adecuada combinación entre el sashimi y el cebiche surgiendo un nuevo plato denominado tiradito.

Es necesario recalcar el gran aporte de la cocina italiana en todas las regiones del país como es el caso de los fideos surgiendo los tallarines con diversidad de presentaciones y el aporte de las pastas en base al tomate que es un ingrediente necesario en diferentes platos de las cocinas regionales.

Para Ortiz (2009), “la **Fusión de tendencias culinarias** es la combinación y comunicación, práctica, teórica y social de los alimentos, utensilios, preparaciones, presentaciones y expresiones sociales de las prácticas culinarias de diversos grupos de una determinada época.” Pp. 32.

Esta fusión intercontinental origina que en la actual gastronomía peruana existan sabores y platos de cuatro continentes, según (Hinostroza: 2006) “se estima que la culinaria peruana tiene entre 3000 y 4000 platos y se considera como una de las mejores del mundo”. La gastronomía peruana ha sido el punto de encuentro de diversas culturas, debido al mestizaje que ha caracterizado la historia del Perú”.

Los desafíos, que tenemos son muchos (Acurio y Masías, 2016), como es la utilización de la cocina como una herramienta nutricional que asegure a todos los peruanos una alimentación deliciosa y saludable basada en los productos locales propios de nuestra vasta y fascinante biodiversidad; esta diversidad de platos producto de la fusión de los cinco continentes ha permitido crear una demanda diversificada que favorece a la agricultura familiar y la pesca artesanal; esta diversidad le proporciona vitalidad a nuestra cultura a partir de lo heredado

de nuestros abuelos o de lo que hemos ido construyendo juntos y fortaleciendo a partir de la investigación, la reflexión y la difusión.

Hoy la cocina peruana (Roca, 2016), compite con las tendencias culinarias del mundo y le ha abierto la puerta a la comida latinoamericana en el panorama gastronómico mundial.

En el estudio desarrollado denominado “La gastronomía peruana al 2021”, CEPLAN (2012), otro estudio denominado “Dimensiones del Aporte Económico y Social de la Gastronomía en el Perú”, de la Sociedad Peruana de Gastronomía (Apega, 2009), la cocina genera una cadena de valor estimada en más de S/.40 mil millones, equivalente al 11,2% del Producto Bruto Interno (PBI) proyectado para el 2009; es decir, casi el doble de la producción minera de esa época.

En esta orientación, debemos de enfatizar respecto a las políticas públicas para dinamizar y potenciar a los gestores de la gastronomía peruana en general y la gastronomía tradicional cusqueña (picanterías) en particular.

Como se ha mencionado las políticas públicas son esenciales para potenciar el turismo gastronómico que se ha instalado y que requiere ser apoyado con diversas políticas particularmente dirigidas a la revaloración de las cocinas tradicionales en este caso, a las denominadas picanterías cusqueñas que tienen amplia aceptación en el consumidor local, pero es posible atraer a los turistas nacionales e internacionales para compartir las vivencias y saberes ancestrales que se traduce en una rica gastronomía que requiere ser degustada por otras culturas provenientes de otros continentes.

La problemática del modelo gastronómico peruano y en particular la cocina tradicional Cusqueña.

El aporte de la gastronomía peruana trasciende el aspecto económico e incide de manera gravitante en la revalorización de nuestra cultura. La cocina se ha convertido en un factor de reafirmación de nuestra identidad, de revaloración de comidas tradicionales regionales y, sobre todo, de nuestros productos agropecuarios e hidrobiológicos.

Precisamente, existe un cierto retraso y desarrollo de la cocina tradicional del Cusco, que ha sido sobrepasado por la oferta de la cocina internacional y de fusión implementado por los líderes de la cocina nacional. Por ello nos encontramos, frente a un problema de la cocina tradicional del Cusco, que requiere ser promovida, desarrollado para lograr que sea competitiva con las otras cocinas.

1.2. Formulación del problema

Es indudable que la gastronomía peruana ha tenido un avance importante y ha logrado construir su propio modelo de desarrollo, poniendo en vitrina las bondades de la cocina peruana y los ingredientes que la componen, los conocimientos gastronómicos que se ha enriquecido a través del tiempo con las corrientes migratorias y los logros obtenidos por los productores peruanos que han adoptado a los diferentes pisos ecológicos una gran diversidad de productos en toda la geografía nacional.

Sin embargo, la cocina tradicional cusqueña no se ha desarrollado al ritmo de la cocina nacional que ha llegado a ser conocida como una de las mejores del mundo, este desfase de la cocina tradicional tiene que ser resuelto, pero para ello, es fundamental identificar adecuadamente los problemas que enfrenta para ser competitiva.

A pesar de estos avances indudables a nivel nacional, se requiere asumir el reto de iniciar un nuevo ciclo que consiste en identificar la nueva problemática que afronta la gastronomía.

La pandemia del COVID 19, ha puesto en evidencia que la cadena de la gastronomía peruana puede afrontar situaciones muy complejas, como es el cierre de muchos establecimientos para la atención personal y dada esta situación se requiere desarrollar nuevos sistemas de poner los insumos en la mesa de los peruanos y del extranjero, que sería una manera de dar continuidad a la oferta de estos insumos, pero mejorando su tratamiento en toda la cadena de suministros.

La implementación de políticas públicas que se tiene que ejecutar en los diferentes niveles de gobierno (nacional, regional, local), es de vital importancia para lograr una mayor competitividad de la cocina tradicional cusqueña. Las políticas públicas no solamente tienen que quedarse en el ámbito del ejecutivo, sino también el poder legislativo está obligado a construir, debatir y promulgar leyes favorables al desarrollo de las cocinas regionales y tradicionales, al igual que la academia, en lo que le corresponde en la parte de la formación técnica y de gestión para tener una cocina tradicional cusqueña de excelencia.

1.2.1. Problema o interrogante general

Las políticas públicas cuya finalidad es lograr una mayor competitividad de la cocina tradicional cusqueña (picanterías), tiene entre otros elementos la investigación y formación, que compete en este caso a las entidades de formación tanto en la parte técnica como en la gestión de las cocinas tradicionales en este caso específico nos referimos a la cocina tradicional cusqueña.

El problema más importante identificado es que el Perú es que no contamos con una política pública como ocurre en otros países de América Latina (Argentina, Chile, Colombia y México) y buena parte de los países del mundo, con una política pública que desarrolle entre otros aspectos un sistema de formación pública que posibilite la formación profesional de los sectores de menores recursos.

El tema de la formación y trasmisión de los conocimientos de acuerdo a las características de las cocinas regionales, es un problema que se tiene que resolver y para ello, se tiene que partir de la experiencia desarrollada en la escuela de cocina de Pachacútec, que no solamente forma en la técnica de la buena cocina, sino también en el enfoque del modelo gastronómico peruano que potencia los recursos y conocimientos que existen y que es necesario desarrollar en cada región de la vasta geografía peruana y en particular en la cocina tradicional cusqueña.

La formación y la trasmisión de conocimientos en las diferentes regiones del Perú y en particular de la cocina tradicional cusqueña, es un problema que se tiene que enfrentar mediante una política pública que desarrolle entre otros aspectos, la formación integral y de calidad, lo que significa un proceso de investigación que va alimentando y mejorando la cocina tradicional y esto requiere indudablemente una alianza entre el sector público y el sector privado para edificar escuelas públicas del tipo de la experiencia de Pachacútec en cada una de las regiones.

En la orientación de Ginocchio (2012), es de real importancia la parte de la gestión y la visión que deben tener los líderes gastronómicos en cada una de las regiones; los saberes están presentes en muchísimas personas que siguen

desarrollando la cocina tradicional, lo que se requiere es mejorar la gestión para poner en valor estos saberes y conocimientos y hacerla competitiva.

La propuesta desarrollada por Luis Ginocchio (2012) de tocar el tema de la gestión y liderazgo, se basa en la experiencia de la primera etapa de la puesta en valor de la cocina peruana, desarrollada por los cocineros peruanos, liderado en este caso por Gastón Acurio, que desde la cocina ha sabido posicionar las bondades de la gastronomía peruana mediante mecanismos de gestión que ha sabido explotar todos los instrumentos para posicionar al Perú entre uno de los grandes de la gastronomía mundial, con todas las limitaciones que todavía existe. En este sentido, lo que se requiere es precisamente promover los liderazgos regionales entre ellas en la región del Cusco para poner en valor la cocina tradicional cusqueña.

Se debería convertir en un objetivo permanente la promoción de innovaciones, Villarán Fernando (2008), que resuelvan problemas del sector gastronómico (de sus diferentes cadenas) y aprovechen oportunidades del mercado nacional y mundial, y eliminen cuellos de botella.

1.2.2. Problemas o interrogantes específicos.

a) El problema de las políticas públicas

Las políticas públicas tienen que desarrollarse tanto en los diferentes niveles de gobierno, el congreso para la legislación correspondiente, la academia; todas estas entidades tienen que tener el enfoque de las cadenas de valor de la gastronomía; en general se conoce que no existe una política pública para este sector tanto a nivel regional como en las regiones.

b) El Problema de la competitividad en las cocinas tradicionales

La competitividad no solamente se explica por la productividad, sino también por la calidad y la excelencia sobre todo cuando estamos en el ámbito de las gastronomías tradicionales, que tienen todo para dar el salto de competitividad, en la medida que las políticas públicas sientan las bases para que los emprendimientos privados puedan desarrollar la cocina tradicional para conquistar no solamente el paladar de los turistas, sino también hacer participar de la cultura propia que tiene una raíz ancestral.

c) El problema de la cocina tradicional cusqueña

La cocina tradicional cusqueña, tienen muchas limitaciones, a pesar de la riqueza de su gastronomía, debido a una serie de factores, entre otros, como la infraestructura apropiada conservando su tradición, servicio de excelencia, mejora técnica en la elaboración conservando sus raíces y saberes.

d) El problema del patrimonio cultural inmaterial

El Cusco es un destino turístico importante, pero tanto las entidades públicas como las entidades privadas solamente han desarrollado y puesto en valor el patrimonio cultural material, descuidando el patrimonio cultural inmaterial, que es lo que explica en última instancia lo material.

e) El problema de la inocuidad de los alimentos

El problema de la gastronomía peruana se encuentra en tomar medidas para relanzar y velar por buenas prácticas de manipulación de alimentos en los mercados mayoristas.

f) El problema de la salubridad en la mayoría de las picanterías.

Un problema que se tiene que resolver se refiere a que la mayoría de restaurantes existentes en el Perú, en las cocinas regionales y en particular en la cocina tradicional cusqueña, quienes no ofrecen garantías de salubridad.

1.2.3. Los problemas identificados son los siguientes:

- a) La informalidad afecta a un sector importante de la gastronomía peruana y en particular a la cocina tradicional cusqueña, e impide una mayor competitividad y desarrollo gastronómico.
- b) Escasa presencia del sector público en la promoción y desarrollo de la gastronomía peruana y en particular de la cocina tradicional cusqueña.
- c) Las políticas públicas no articulan espacios como: cadena de valor de la gastronomía regional de la cocina tradicional cusqueña, generación de empleo, innovación e inclusión social.
- d) Pocas instituciones públicas de escuelas de gastronomía de calidad y está ausente una escuela pública regional de formación integral de la gastronomía.

1.2.4. Problema General

¿A qué se debe la baja competitividad de la gastronomía tradicional cusqueña, que se caracteriza por la deficiente y limitada infraestructura y equipamiento, ausencia de políticas públicas que provea capacidades y conocimiento para mejorar la calidad de los productos y los servicios?

a) Problemas Específicos

1. ¿Por qué la limitada infraestructura y equipamiento que afecta a la gran mayoría de las pequeñas empresas de la cocina tradicional cusqueña, se traduce en baja productividad, baja calidad y baja competitividad?
2. ¿A qué se debe el limitado desarrollo del patrimonio cultural gastronómico cusqueño?
3. ¿Por qué las instituciones educativas gastronómicas de la ciudad del Cusco, no están presentes en la cocina tradicional cusqueña?
4. ¿A qué se debe la limitada presencia del estado, mediante políticas públicas que fortalezcan la competitividad de la cocina tradicional cusqueña?

1.3. Justificación de la investigación

La gastronomía peruana es un tema multisectorial y que por sí misma tiene vinculación con diversos sectores económicos y que ha logrado en los últimos tiempos avances indudables principalmente por el impulso de la actividad privada y en particular por los cocineros peruanos que han logrado que la gastronomía no solamente sea un tema de cocina, sino que tiene una directa vinculación con la agricultura, la ganadería, la pesca y en particular con la agricultura familiar; además ha impulsado el turismo tanto interno como externo y el Perú se ha posicionado como un destino gastronómico, pero ello exige que se supere los cuellos de botella que se ha identificado en los últimos años para lograr el despegue sostenible, especialmente de la producción de alimentos de alta calidad que lo llevaría a tener un posicionamiento a nivel internacional, donde las otras

cocinas puedan utilizar los insumos que se producen en el Perú y de este modo se lograría insertar al circuito virtuoso a todos los pequeños productores de la costa, la sierra y la Amazonía como productores de alta calidad y de este modo se convertiría en un potente sector de exportación sostenible.

En el caso de la cocina tradicional cusqueña, se tiene escaso conocimiento, y no tenemos evidencia empírica de las potencialidades y debilidades de esta actividad económica que involucra a un sector que mantiene viva el patrimonio cultural inmaterial relacionado con la gastronomía tradicional, de ahí, la importancia de realizar esta investigación en el terreno, encuestando y entrevistando a los diferentes actores de la cocina tradicional cusqueña.

1.3.1. Justificación teórica

La gastronomía es un tema multisectorial y multinivel que vincula de forma dinámica a diferentes sectores económicos y compromete a los diferentes niveles de gobierno; es un asunto de mercado interno y externo; y se convertirá en el eje del desarrollo sostenible en las próximas décadas, impulsando en particular a la población más pobre y marginada que es la agricultura familiar, que contiene a la agricultura, la crianza y la pesca. Así como a los propietarios de las picanterías, poseedores de un amplio patrimonio inmaterial, transmitido a través de sus generaciones ascendientes y preservando la cultura inmaterial.

En esta orientación necesitamos concretar en el caso de la cocina tradicional cusqueña como patrimonio cultural inmaterial, en la medida que el conocimiento transmitido de generación en generación es de importancia capital para entender la importancia del concepto del patrimonio cultural inmaterial, toda vez que la gran mayoría de las actividades de las políticas públicas están

orientadas solamente al patrimonio cultural material y no se le da la importancia que tiene el patrimonio cultural inmaterial.

1.3.2. Justificación metodológica

La metodología que se tiene que desarrollar va más allá de lo convencional, no solamente se queda en el enfoque cuantitativa y cualitativa, sino que requiere un enfoque integral, multisectorial y de multinivel; de análisis de los factores internos y externos.

El concepto del patrimonio cultural inmaterial, requiere ser contrastado con la evidencia empírica de la realidad de la cocina tradicional cusqueña, y cómo esta actividad tiene como punto central el conocimiento ancestral que se trasmite de generación en generación, como es el caso de la conductoras de las picanterías que tiene cientos de años, que fue asimilando las diversas contribuciones de los aportes de los migrantes de los diferentes continentes del mundo que no solamente trajeron sus costumbres y sus conocimientos en la cocina, sino también nuevos productos agropecuarios y acuícolas.

1.3.3. Justificación social

El reto principal del desarrollo sostenible de la gastronomía tiene sobre todo una connotación de desarrollo social, porque reivindica a la agricultura familiar a la cocina peruana que está compuesto por pequeños emprendedores que siguen la tradición de la cocinas regionales tradicionales basados sobre todo en la cultura milenaria que ha adoptado creativamente la influencia de todos los continentes del mundo y para que siga su desarrollo ascendente necesita reconocerse con mayor compromiso a sus raíces milenarias y el uso masivo de los insumos autóctonos desarrollando y potenciando su presencia en el mercado internacional.

Poner en valor la cocina tradicional cusqueña, requiere levantar las voces de las protagonistas, de manera que estamos frente a un sector de la población que brinda estos servicios y a los consumidores que acuden a estos establecimientos para degustar los platos típicos, pero que requiere ser potenciado con adecuadas políticas públicas, que involucre a toda la cadena de la cocina tradicional cusqueña y que expanda comprometiendo a nuevos consumidores como es el turismo nacional e internacional, lo que redundará en el crecimiento sostenible de un sector importante de la sociedad que todavía vive en cierta marginalidad.

1.3.4. Justificación personal

Mi compromiso personal con esta investigación data de hace muchos años, desde mi conocimiento de la agricultura familiar costeña, andina y amazónica que producen y ponen en valor los diversos insumos que hacen la diferencia en la cocina peruana que ha logrado posicionarse a nivel internacional, es un reto para aportar al desarrollo sostenible de la gastronomía peruana con la presente investigación.

La condición para que un destino gastronómico sea relevante a nivel mundial, **es tener una oferta única, auténtica, accesible y excelente**, Montesinos (2014): la excelencia se produce cuando concurren los tres niveles: materia prima, su elaboración y el servicio, y debe ser consistente en todos los sectores de la cadena turística: transporte, alojamiento y en la cocina tradicional.

En esta orientación, la realización del trabajo de campo, permitirá conocer la realidad objetiva de la situación de la cocina tradicional cusqueña, sus potencialidades y debilidades y por tanto es un reto personal aportar al conocimiento de lo que significa el patrimonio cultural inmaterial.

1.4. Objetivos de la investigación

Para lograr el objetivo, tal como lo plantea CEPLAN (2012), se propone realizar acciones estratégicas que el Estado debe realizar. En consecuencia, se requiere plantear un objetivo general y objetivos específicos para que en el mediano y largo plazo podamos fortalecer la identidad y cultura regional que es la base para promover con éxito el turismo internacional y nacional.

1.4.1. Objetivo general

Promover y desarrollar la gastronomía tradicional cusqueña como prioridad regional dentro de las políticas públicas del Estado para generar planes, programas y proyectos de manera intersectorial y multidisciplinar encaminado a fortalecer la competitividad de la cocina tradicional, en beneficio de la sociedad cusqueña en el mediano y largo plazo.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Promover el desarrollo de la actividad gastronómica tradicional con identidad regional y competitiva, superando la informalidad, la baja calidad y baja productividad.
- b) Preservar y desarrollar la integridad del patrimonio cultural gastronómico tradicional cusqueña.
- c) Contribuir a que las políticas públicas estén dirigidas a la formación gastronómica, teniendo en cuenta los saberes que se transmiten de generación en generación para hacer más competitiva a la cocina tradicional cusqueña.

- d) Promover las políticas públicas mediante el Fomento de la gastronomía tradicional cusqueña, así como su publicación y difusión.

II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases teóricas

Las políticas públicas se elaboran y se ejecutan para promover y desarrollar de manera sostenible y sustentable una actividad económica, social, cultural y ambiental; esto implica que lo más importante es la realidad con el cual va interactuar, en este caso estamos hablando de la gastronomía tradicional cusqueña, que no solamente se circunscribe a la parte final de la elaboración de la comida, sino también a toda la cadena productiva de la gastronomía para poner a la altura de la gastronomía nacional que tiene un reconocimiento mundial convirtiéndose en un destino gastronómico y al mismo tiempo como señala Virgilio Martínez (2023), en una entrevista concedida a Ernesto Benavides de AFP el 15 de agosto de 2023 en la ciudad de Lima, sostiene que no debería haber hambre en el mundo y para el caso del Perú,

Otro elemento relevante es entender adecuadamente el concepto de la gastronomía tradicional cusqueña como un patrimonio cultural inmaterial, que significa de acuerdo a Brugman Fernando (2006), **“En este sentido, la importancia del patrimonio cultural, no es tanto la manifestación cultural en sí, sino la riqueza de conocimientos y técnicas tradicionales que se transmiten de generación en generación a través de ella”**.

El valor social y económico (Brugman Fernando. 2006), de esta transmisión de conocimientos, que debe apoyarse en políticas educativas formales e informales, tiene igual de relevancia para comunidades minoritarias como para las mayoritarias dentro de un Estado. (pág. 63)

Efectivamente la ausencia de un real entendimiento del concepto cultural inmaterial ha determinado que no se valore la importancia y las potencialidades de las cocinas tradicionales regionales, por parte de los que toman decisiones de políticas públicas para potenciar las cocinas tradicionales de las regiones entre ellas la cocina tradicional cusqueña que está relegada y no está siendo potenciada, como ha sido la experiencia en otras latitudes como son los casos de Ecuador y México y en el Perú, tenemos la experiencia exitosa de la cocina tradicional arequipeña.

En efecto, una visión crítica desde el proyecto “Mediterranean voices”, donde Bianchi Raoul V. (2006) menciona un aspecto clave para entender la evolución del patrimonio material al patrimonio inmaterial, “cuando se hablaba tradicionalmente del patrimonio cultural, tanto los gobiernos como los organismos encargados de su conservación solían dar más preeminencia a lo monumental, o si se prefiere, a las visiones más elitistas de la cultura y el patrimonio. (pág. 86)

Este enfoque crítico, también se expresa en la publicidad de los gobiernos tanto nacional, regional como local, donde le dan prioridad a lo monumental y deja en el anonimato a los saberes regionales como es el caso de las cocinas tradicionales que son visitados solamente por los lugareños y no están en el radar del turismo nacional y extranjero. En efecto este es el caso de la cocina tradicional cusqueña, que es visitado principalmente por los lugareños cusqueños y es muy limitado la presencia de los visitantes nacionales y extranjeros que privilegian el patrimonio cultural material como son los casos de los restos arqueológicos como Machupichu.

El patrimonio inmaterial tal como lo define Carrera Díaz Gema (2006), son usos, representaciones, expresiones y técnicas que, junto con instrumentos, objetos y artefactos y espacios culturales que le son inherentes, las comunidades, los grupos y en algunos casos, los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural.. Pág. 21

Este concepto no implica que la cocina tradicional se mantenga estática, sin mejora de sus principales características y técnicas para alcanzar la calidad y si es posible la excelencia, indica claramente como lo enfatiza Carrera Díaz (2006), la importancia de este concepto de patrimonio cultural inmaterial es la incorporación de los sujetos sociales como protagonistas necesarios para su mantenimiento y conservación, frente a las dinámicas anteriores en las que las prácticas patrimoniales al uso consistían en introducir tradiciones y prácticas sociales en museos a partir de elementos materiales y recreaciones en vivo (eco museos /museos etnográficos), es decir convirtiendo comportamientos y formas de vida, en objetos “tangibles”.

Las diversas instituciones que fomentan el turismo hacía el Cusco y otras regiones del Perú, enfatizan lo material, lo monumental, a lo sumo los museos etnográficos, donde están ausentes los protagonistas, los grupos sociales y sectores que todavía mantienen viva los conocimientos y las tradiciones que se transmiten de generación en generación y éste es una limitación de los funcionarios del Estado peruano en los diferentes niveles y sectores.

Otro enfoque del concepto de patrimonio cultural inmaterial es el conjunto de símbolos unificadores del Estado Nación, definiéndose, sobre todo como un

espacio de confrontación y conflicto entre diferentes grupos sociales (Quintero Morón Victoria, 2006).

En el ámbito latinoamericano tenemos experiencias, que es mencionado por Villalva Michael y Inga Carlos Fernando (2020), como es el caso la provincia de Chimborazo de Ecuador, que tuvo un crecimiento socio – cultural, y turístico muy elevado por la afluencia de turistas dinamizando la economía y dando origen a múltiples emprendimientos gastronómicos los cuales en su gran mayoría ofertaban platos no tradicionales como sostiene con productos y materia prima ajena a la localidad. En este caso la cocina internacional desplazó a la gastronomía Riobambeña produciendo una pérdida de identidad culinaria, ante esta situación fue necesaria la intervención de las instituciones públicas del estado con políticas de promoción mediante ferias de emprendimiento, gastronómicas y artesanales.

Este mismo fenómeno, pareciera que se repite en el caso de la gastronomía tradicional cusqueña, que ha sido reducido para atender a un sector de la sociedad local, y el crecimiento del turismo tanto nacional como internacional ha sido atendido por la cocina internacional y en el mejor de los casos de la cocina fusión que viene de Lima, ofertados por cocineros de fama nacional y mundial como son los casos de Gastón Acurio y Virgilio Martínez.

Este estudio que explica el fenómeno del crecimiento del turismo extranjero y nacional que se orienta mayoritariamente a consumir los platos de la gastronomía internacional opacando a la cocina tradicional y esto también se traduce en el uso de insumos nacionales e importados en detrimento de la producción local y regional. Este estudio nos proporciona luces para entender la realidad del Cusco como destino principal del turismo extranjero y nacional que no

ha impulsado la cocina tradicional y los insumos locales y regionales y frente a ello no se han adoptado medidas de políticas públicas en los diferentes niveles del gobierno, salvo algunas iniciativas marginales que no ha atacado las causas de la preferencia o desarrollo de la cocina internacional y en menor medida el ingreso incipiente de la cocina de fusión de restaurantes ubicados en Lima que han buscado posicionarse en la región, por ello, todavía es una tarea pendiente tratar el tema de determinar las causas que limita el desarrollo de la cocina tradicional cusqueña para ser competitivo y pueda de esta manera constituirse en un factor dinamizador de la economía regional.

La idea central que es necesario resaltar es como las tradiciones son transformadas en patrimonio cultural. Este fenómeno se inscribe como señala acertadamente Hernández Ramírez Javier (2018), en una dinámica general característica de nuestro tiempo: la patrimonialización de la cultura, entendida como un proceso socialmente construido por el que las sociedades revalorizan determinados elementos materiales e inmateriales en un ejercicio de reinterpretación de la memoria y la tradición

De acuerdo con este enfoque, desarrollado por Hernández Ramírez Javier (2018), la gastronomía se conceptualiza como alimentación patrimonializada. Este concepto se entiende como saberes, creencias y prácticas sociales cotidianas y extraordinarias asociados a la alimentación.

Hernández Ramírez Javier (2018), enfatiza no solamente en los saberes, creencias y prácticas sociales cotidianas y extraordinarias asociadas a la alimentación que son propios de una tradición alimentaria tal como sucede con la cocina tradicional cusqueña los cuales son elevados a la categoría de patrimonio cultural y al mismo tiempo expresa de manera inequívoca que todos estos

elementos son reinterpretados de acuerdo con ideas contemporáneas o modernas, lo que permite desarrollar nuevos usos y funciones en las cocinas regionales como lo demuestra la gastronomía de las regiones del Perú.

La cadena de valor de la gastronomía mexicana es adecuadamente desarrollada por Reyes Uribe Ana Cecilia, et al (2016), donde destaca la cocina mexicana se destacó como un complejo y simbólico modelo de siembra, cosecha, preparación y degustación de alimentos, en el que las comunidades intervienen colectivamente a través de actividades agrícolas, ritos, conocimientos, oralidad, técnicas, costumbres y modos de comportamiento ancestrales (UNESCO, 2010).

La experiencia mundial y en particular en el caso latinoamericano, la cocina mexicana, nos indica que tenemos que ir más allá del ámbito de la cocina como último eslabón de la gastronomía, por ello, la experiencia mexicana la base del arte culinario que son los insumos que utiliza y le proporciona esa característica especial como es el caso del maíz, frijol y el chile, desde la etapa del cultivo, procedimientos de preparación; de otro modo la cocina mexicana no sería tal sin el concurso de sus ingredientes y por ello la importancia de la cadena productiva de los insumos hasta su consumo final, esta experiencia nos recuerda la experiencia peruana liderado por APEGA que en las ferias de MISTURA, confluían los cocineros con los agricultores tradicionales como una forma de revalorar los insumos nacionales y regionales que es lo explica en última instancia la riqueza de la gastronomía peruana.

Esto implica que cuando hablamos de gastronomía estamos hablando de soberanía alimentaria tal como señala Virgilio Martínez (2023), en consecuencia, las políticas públicas no solamente son para dinamizar la parte final de la cadena de valor que es la cocina, sino considerar todos los eslabones, donde debe incidir

para dinamizarla y democratizar las políticas públicas, no debe ser una política sectorial sino que el abordaje debería ser integral.

La propuesta de APEGA, es valorizar y poner en valor los productos agrícolas y ganaderos de la agricultura familiar, quienes son los que ofertan durante todo el año los diferentes productos que utiliza la gastronomía y precisamente la feria denominada MISTURA, busca sensibilizar respecto al rol de la agricultura familiar como los depositarios de la rica variedad de los insumos que se utilizan en la elaboración de los diferentes platos.

Esta experiencia de APEGA, con sus ferias de MISTURA, demuestra que los gobiernos locales podrían promover las cocinas regionales con festivales con la participación de los productores agrarios (agrícola, pecuario, piscícola).

Beltrán Pacheco Katherine, et al (2009), sostiene que la gastronomía debe de ser un eje de desarrollo e impulsador de los sectores relacionados a la gastronomía, produciendo sinergias entre este sector y otros como (a) sector turismo, (b) agricultura, (c) ganadería, (d) pesca, (e) transporte, y (f) otros sectores relacionados..

Figura 1. Estructura organizacional de la gastronomía

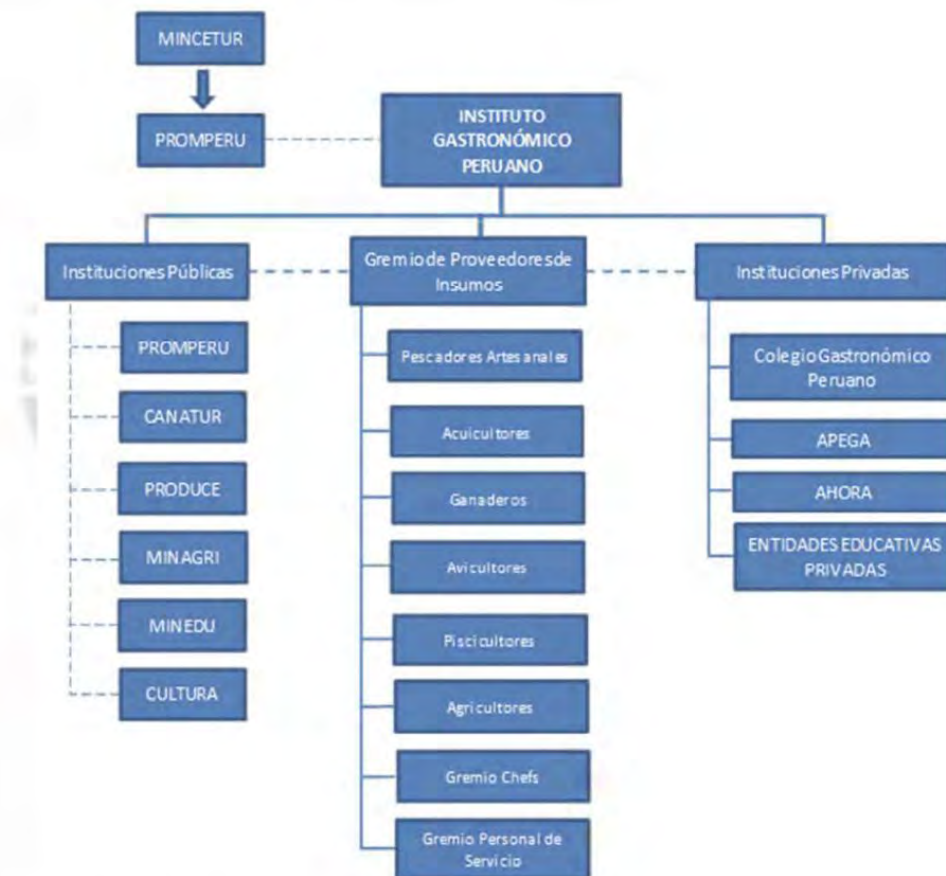


Figura 32. Estructura organizacional de la gastronomía.

Fuente: PROMPERU 2020.

2.1.1. Políticas públicas.

Las políticas públicas constituyen el conjunto de decisiones y acciones orientadas a resolver problemas prioritarios mejorando el bienestar de la población y de todos los actores sociales y económicos de manera sostenible en el tiempo. Esto implica que las políticas públicas se desarrollan de acuerdo a las características específicas de realidades concretas como es el caso de las cocinas tradicionales.

El gobierno peruano elevó a la gastronomía peruana al rango de Patrimonio Nacional. La diversa y original calidad de la cocina peruana, es un punto de confluencia y a la vez un referente de identidad; de una sociedad disímil a nivel, económico, social y político.

Los platos bandera en el Perú, están representados por el ceviche y el pollo a la brasa; así como las bebidas el pisco y pisco sour; declarados como patrimonio. El 'Ceviche' fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación. A estos platos bandera, se suman platos tradicionales, comida regional, comida italiana, comida china, comida francesa, comida rápida y otros como oferta sumamente variada en el Perú. Sin embargo, Lima expresa la diferencia cultural gastronómica del Perú; por cuanto acoge a serranos, amazónicos, costeños y migrantes extranjeros que conforman ese mosaico cultural que produce una variada oferta gastronómica.

La experiencia mexicana, tal como señalan Reyes, Guerra y Quintero (2016), debe ser tomada en cuenta de la misma manera todo lo que significó la experiencia peruana pero protagonizado solamente por el sector privado estando ausente la presencia de políticas públicas salvo declaraciones tanto desde el ejecutivo como del congreso de la república peruano, por ello es pertinente exponer la experiencia mexicana como es el caso del Conservatorio de la cultura gastronómica mexicana (2010).

Además, la Secretaría de Turismo Federal diseñó y promovió el proyecto Rutas Gastronómicas de México, compuesto por 18 recorridos en 155 destinos del país que procuran al visitante una experiencia culinaria completa en sabor y tradición, mediante la presentación de más de 1 500 platillos y bebidas típicas, a la par de más 300 actividades gastronómicas (SECTUR, 2012). Este es una

experiencia de la presencia de las políticas públicas que dinamizan la iniciativa privada potenciándolo y facilitando su ulterior desarrollo.

Esta experiencia que estamos citando, es de gran utilidad para que las políticas públicas acompañen los emprendimientos privados, la participación de las comunidades y pueblos que tienen características especiales que les permita incluirse en las rutas turísticas y gastronómicas teniendo como base el desarrollo de la infraestructura económica, la educación y la puesta en valor de las tradiciones.

La política pública tiene que tomar en cuenta la forma de concretar los objetivos y metas establecidos en la propuesta de desarrollar los diferentes ámbitos de la economía como es el caso de la gastronomía, en esta orientación, la gastronomía mexicana trata de fortalecer la cadena de valor de la gastronomía, esto implica poner énfasis en los recursos, productos y las cocinas regionales y locales.

Destacan entre sus estrategias y líneas de acción, las referentes a la educación en gastronomía tradicional mexicana: el impulso al capital humano; la generación y transmisión de conocimientos; la capacitación de mano de obra; la adecuación de planes educativos; el desarrollo de redes especializadas de conocimiento; el impulso a la investigación y transferencia tecnológica; la innovación y creatividad en nuevos productos y platillos; la inclusión de temas como calidad en el servicio, inocuidad de alimentos y gestión empresarial en escuelas de gastronomía; la creación de incentivos para el estudio en centros nacionales y locales; concursos, premios y becas; el mantenimiento de vínculos con los contextos culturales (DOF, 2015). Pág. 16 y 17

A propósito de esta experiencia mexicana, es conveniente resaltar la inicial experiencia peruana, basado en la iniciativa privada que ha sido resaltado por Sichra Erik (2017)..

2.2. Marco conceptual (palabras clave)

2.2.1. Cadena de valor

Es el conjunto de actividades que realizan de forma 'coordinada' los productores agrarios, diversos proveedores (servicios financieros y no financieros y proveedores de insumos) y/o empresarios, a fin de llevar un producto desde su generación en el campo hasta el consumidor final (gastronomía), agregándole valor al producto en cada etapa y considerando su desarrollo de manera sostenible (FAO, 2015).

2.2.2. Gastronomía.

Es la actividad económica que implica una cadena de valor que articula los insumos agrícolas, crianza de animales mayores y menores, pesca de mar como la pesca continental, servicios diversos y la cocina que articula todas estas actividades. Asimismo, la gastronomía es parte integrante del patrimonio cultural inmaterial, que conjuga diversos saberes, conocimientos, identidades en un proceso dinámico que se retroalimenta constantemente para satisfacer la vida y la continuidad de una cultura viva.

2.2.3. Competitividad

Es la capacidad para sostener e incrementar la participación en los diferentes mercados, con una elevación paralela del nivel de vida de los productores agrarios, teniendo como único camino para lograrlo, el aumento de la

productividad (Porter, 1990). En el caso de la cocina tradicional cusqueña es la forma de lograr mayor competitividad, desarrollando los saberes y conocimientos.

Productividad

La productividad de los recursos humanos determina los salarios y la productividad del capital determina los beneficios que obtiene para sus propietarios (Porter, 1990). Igualmente, la productividad agrícola de un país es “la proporción entre la producción agregada agrícola y los insumos empleados en el proceso productivo, lo que se conoce como productividad total de los factores (PTF)” (IICA, 2015, p. 3).

2.2.4. Asociatividad

Es el proceso de agrupamiento voluntario de individuos, organizaciones o empresas que trabajan en forma coordinada y concertada para alcanzar sus metas.

2.2.5. Patrimonio cultural inmaterial

El concepto de patrimonio cultural inmaterial se entiende como los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que le son inherentes a las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural (UNESCO, 2003). Este patrimonio cultural inmaterial no debe entenderse como estático, sino que es recreado permanentemente, transmitido de generación en generación de acuerdo a su entorno que es cambiante.

2.2.6. Cocina tradicional cusqueña:

Las cocinas tradicionales cusqueñas son las emblemáticas picanterías, que data de décadas y centenas de años, los saberes, conocimientos y técnicas se transmiten de generación en generación principalmente; utilizan los insumos locales y de la región, los instrumentos y equipos de cocina, se caracterizan porque mantienen las costumbres ancestrales de preparación de los ingredientes, como los batanes, morteros, horno de leña y los ambientes de encuentros sociales en base al consumo de la chicha y los picantes tradicionales.

2.2.7. Turismo Gastronómico

Es una nueva modalidad de turismo orientado a degustar no solamente las comidas tradicionales de cada país o región; sino que mediante el acercamiento de los medios de vida conocer la cultura, las identidades, los conocimientos y saberes que está detrás de los platos tradicionales de cada localidad.

2.3. Antecedentes empíricos de la investigación (estado del arte)

Cómo mencionan los estudiosos de la gastronomía peruana, en las últimas décadas se fue posicionando y redescubriendo la variada oferta culinaria del Perú, producto de eventos que muchas veces son imperceptibles, no es un vendaval, pero lentamente y de manera segura va ocupando su espacio, esencialmente por sus características intrínsecas de la calidad, de la variedad, de sus sabores, aromas, producto de la fusión de las corrientes culturales de cuatro continentes (Europa, África, Asia y América), que se fue construyendo, amalgamando en miles y cientos de años y que tuvo un desarrollo más acelerado en los últimos 150 años por las corrientes migratorias.

A este terreno fértil sólo le faltaba algunos ingredientes como la nueva generación de liderazgo de cocineros peruanos, la acelerada urbanización del

país, que trajo consigo no solamente la migración de personas, sino también junto a ella, el traslado de culturas, saberes y sabores que logró conquistar la mesa de los sectores tomadores de decisiones.

Valderrama Mariano (2009), menciona cómo surgió APEGA, recuerda que la iniciativa nació en un foro regional realizado en Lambayeque, donde se encontraron una quincena de cocineros, investigadores y periodistas gastronómicos de Lima, con autoridades, cocineros y empresarios gastronómicos de la región.

El nuevo liderazgo de los cocineros peruanos, no solamente se quedaron en promocionar las bondades de la cocina peruana en sus respectivos restaurantes, sino también acordaron promocionar a nivel masivo con la constitución del primer evento gastronómico denominado “Primer festival gastronómico: Perú mucho gusto”, realizado en el año 2008. Este evento fue impulsado por la Sociedad Peruana de la Gastronomía-APEGA, que se había constituido en el año 2007.

Según Valderrama (2009), el ascenso de la gastronomía peruana y en particular de la ciudad capital Lima, se debe al aporte de las cocinas regionales y la tradición popular que se transmite de generación en generación además del aporte innegable de la pequeña agricultura familiar en toda su diversidad,

Este fenómeno del boom gastronómico no solamente se circunscribe a la ciudad de Lima, se ha venido replicando por iniciativas regionales y locales en diversas regiones como son los casos de Tarapoto, Cusco, Arequipa, Chiclayo; en todas ellas se ha promocionado las cocinas regionales con la participación de todos los sectores sociales y económicos.

En el Perú, no solamente asistimos al desarrollo de la cocina de Lima la capital, que siendo importante, comparte con las tradiciones y especificidades de las cocinas regionales, entre ellas podríamos mencionar a la cocina norteña cuyo centro más representativo es Chiclayo, el sur occidental cuyo centro es la ciudad de Arequipa, el sur andino cuyo centro es el Cusco, la sierra central cuyo centro es la ciudad de Huancayo y la cocina Amazónica que tiene sus particularidades en Iquitos y Tarapoto.

Valderrama Mariano (2009), considera que el aporte más grande de la gastronomía peruana se refiere al aspecto cultural y no al económico. Este enfoque de la gastronomía peruana es de vital importancia porque es una reafirmación de nuestra identidad, de revaloración de comidas regionales y de nuestros productos agropecuarios e hidrobiológicos.

Los premios ganados los Chefs Virgilio Martínez y Mitsuharu Tsumura, en los años 2024 y 2025, respectivamente, entre los **mejores 50 Restaurantes del Mundo**, no sólo representan a la mejor cocina peruana, sino que detrás de ella se encuentra su enfoque de que, a la gastronomía como resultado de la fusión de las culturas y saberes de los cinco continentes del mundo, le sucederá en el futuro la cocina que proviene de la naturaleza, del origen, de lo ancestral; que efectivamente corresponde a las características culturales, historia y ecológicas de las regiones del Perú.

En esta orientación que está asumiendo Virgilio Martínez, rescatamos la importancia del patrimonio cultural inmaterial de la cocina tradicional regional cusqueña, que tiene sus propios sabores y saberes, heredados y desarrollados en cientos de años.

Solamente de esta manera podemos entender la gran variedad que existe en el maíz, la papa, los demás tubérculos como la oca, el ñu (mashua), las lisas (ollucos), las variedades de quinua, cañihua y kiwicha; los diferentes tipos de ajíes, las calabazas, las hierbas aromáticas para la cocina, las frutas autóctonas, la crianza de animales menores, los camélidos sud americanos, los vacunos y ovinos, etc.

En suma, el enfoque teórico es primordialmente cultural de los saberes originarios; de una cultura diversa en un medio diverso; los conocimientos que tienen que seguir su curso de fortalecimiento y mejora continua hasta alcanzar la calidad total y la belleza en sus diferentes presentaciones.

Esto significa que las prácticas y procesos sociales están por encima de los objetos; se rescata la relación de lo material (instrumentos, objetos) e inmaterial (usos, conocimientos, saberes, etc.); se incorpora a la sociedad y los colectivos sociales, se enfatiza en la transmisión generacional y continuidad para salvaguardar la viabilidad del patrimonio inmaterial (PROOT, 2001).

Este enfoque de Proot (2001), nos permite rescatar las manifestaciones, reconocidas como patrimonio cultural inmaterial. Entre las más importantes reconocidos, se menciona entre otros a la gastronomía tradicional en general y la gastronomía tradicional cusqueña en particular.

Precisamente la ciudad del Cusco, puede ofrecer a sus habitantes y a los visitantes nacionales y extranjeros, su cocina tradicional más conocido como las picanterías, que ofertan los platos típicos de la localidad, cuyos saberes y técnicas se han transmitido de generación en generación y está relacionado a la rica historia

de los pueblos de esta región, a sus usos y costumbres y que está enmarcado en lo que se denomina como el patrimonio cultural inmaterial.

2.3.1. Antecedentes internacionales

Los países de América Latina y el Caribe, enfrentan problemas en la promoción de sus gastronomías como consecuencia del crecimiento del turismo internacional y nacional, que plantea desafíos que las políticas públicas puedan ayudar a resolver, como muestran investigaciones que se han realizado en diferentes latitudes y en particular en Ecuador.

Este estudio realizado en el Ecuador Villalva e Inga (2020), muestra que las políticas públicas pueden ayudar a revalorar la cocina tradicional como parte del fortalecimiento de la identidad nacional y regional.

En otras latitudes como es el caso de España, se presentan estudios de caso, que muestran la vinculación entre el patrimonio cultural con la gastronomía tradicional, tal como se muestra en el siguiente estudio desarrollado por Hernández Ramírez Javier (2018), que sostiene que cuando la alimentación se convierte en gastronomía se produce la activación patrimonial de tradiciones alimentarias.

Ana Cecilia Reyes Uribe, et. al (2017), enfatizan el rol que desempeña la educación en sus diferentes niveles y en consecuencia, las políticas públicas pueden recoger estas experiencias internacionales para diseñar la formación teniendo en cuenta las tradiciones, las realidades y precisamente es lo que aprecian los visitantes gastronómicos que quieren conocer la cultura y la realidad a través de la expresión culinaria.

El patrimonio cultural inmaterial se está viendo cada vez más afectado UNESCO (2021), en todos los lugares del mundo por situaciones de emergencia, entre las que se incluyen conflictos y desastres provocados por peligros naturales (“desastres naturales”) o de origen humano.

Al respecto Olivera Ana (2011), considera que la expresión «patrimonio cultural» ha cambiado bastante en las últimas décadas, debido en gran parte a los instrumentos elaborados por la UNESCO. El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional y obviamente también a la gastronomía local y regional que preservan las tradiciones que se transmiten de generación en generación como es el caso de las picanterías cusqueñas.

2.3.2. Antecedentes nacionales

Se han escrito muchos estudios respecto a la gastronomía peruana, pero es pertinente mencionar las publicaciones que pretenden llenar el vacío del lugar y la importancia de la gastronomía para impulsar la economía nacional, entre ellas mencionamos la publicación de Arellano Marketing por encargo de APEGA en el año 2009.

Arellano Marketing (2009), aborda el crecimiento de la gastronomía peruana desde el punto de vista de su aporte al desarrollo económico del país, considerando la generación de empleo e ingresos. Este enfoque enfatiza los crecientes eslabonamientos hacia atrás y hacia adelante que dinamiza el conjunto de la economía.

No podemos dejar de lado los estudios críticos al peso de la gastronomía en la economía nacional y el grado de sus eslabonamientos como señala Tello Mario (2019), que muestra claramente que a pesar de la importancia mediática del 'boom' gastronómico, sostiene que no contamos con estadísticas de las características productivas, tamaño y definición del sector, siendo muy escasa la información estadística en el Perú.

Finalmente, Tello (2019), revalúa la tesis, postulada por muchos (por ejemplo, APEGA 2017), de que el sector gastronómico puede ser considerado como motor de desarrollo y crecimiento económico. En este caso, estamos ante un enfoque diferente basado en la investigación realizada para conocer la real dimensión de los eslabonamientos hacia atrás y adelante y se podría aceptar que todavía es muy débil este sector para constituirse en el motor de desarrollo regional y nacional.

Un enfoque interesante es el que aborda Slow Food Perú (2017), donde pone énfasis a la riqueza y la diversidad del territorio peruano, destacando la relación que existe entre bio - diversidad, territorio y comunidades locales; y revelar la importancia de este nexo para la construcción de la identidad cultural y gastronómica local.

Canepa Koch Gisela, et, al (2011), resalta la importancia del Perú como uno de los principales centros genéticos del mundo, que le han puesto el nombre de centros Vavilov. En este caso se relaciona la elevada biodiversidad con las características geográficas y climáticas del territorio, donde se ha producido la domesticación de flora y fauna, convirtiéndola, de una inicial desventaja, en una importante fuente de riqueza. De este modo, se forjó una multiplicidad de

conocimientos y tecnologías que tenían el principio de la diversificación de especies como estrategia para garantizar la sostenibilidad de los recursos frente a plagas, sequías u otros desastres naturales (Manrique 2005). .

En esta orientación (Cánepa, Hernández, Isla y Zuleta, 2011) se refieren a uno de los platos más representativos de la cocina cusqueña que es el chiriuchu, que viene a ser una combinación de diferentes platos que se sirven en conjunto durante la celebración del Corpus Christi.

El manejo eficiente de la biodiversidad (Cánepa, Hernández, Isla y Zuleta, 2011) a través del control vertical de un máximo de pisos ecológicos y de las estructuras políticas y sociales que permitieron el intercambio efectivo de insumos, según hemos visto, proporcionaron el marco ideal para el desarrollo de una variedad de técnicas culinarias, instrumentos, formas de cocción y conservación que fueron variando según los diferentes espacios geográficos y culturales del país.

Desde tiempos prehispánicos (Cánepa, Hernández, Isla y Zuleta, 2011), la posibilidad de desarrollar una sociedad y de garantizar su reproducción biológica y cultural en un territorio caracterizado por una geografía altamente diversificada en términos climáticos y ecológicos y habitado por una diversidad de grupos étnicos, fue posible gracias a que se desarrolló un orden social, económico y político en que se optó por administrar la diversidad en vez de eliminarla.

Gran parte de la eficiencia en el manejo de la diversidad (Cánepa, Hernández, Isla y Zuleta, 2011) de estas prácticas alimentarias y de la trama social que le da sustento, se ha ido desmontando desde la Colonia hasta la actualidad.

Por otro lado, y a pesar de la desarticulación sufrida por la sociedad andina (Cánepa, Hernández, Isla y Zuleta, 2011) prehispánica, la reciprocidad ha mantenido su fuerza como principio de organización social a través del cual se ordena el trabajo, la migración, la distribución de bienes, y la respuesta y adaptación a situaciones de riesgo, crisis y transformación social.

Dentro de esta misma línea (Cánepa, Hernández, Isla y Zuleta, 2011) se entiende que el ámbito de la culinaria y el auge que ésta está viviendo en la actualidad, constituyen una alternativa para ensayar fórmulas participativas y para avanzar en los esfuerzos de inclusión social y descentralización del país a través de la implementación de políticas culturales ad hoc.

El patrimonio cultural inmaterial a diferencia del patrimonio material, no es algo acabado o perfeccionado en el tiempo, cuyos atributos hay que preservar sin alterarlos o modificarlos, Guardia Sara Beatriz (2020).

Literalmente se establece que (Guardia Sara Beatriz, 2020) “los Estados Partes velarán por que se reconozcan, respeten y potencien los conocimientos y prácticas en materia de agricultura, pesca, caza, pastoreo y recolección, preparación y conservación de alimentos, comprende los ritos y creencias que acompañan estas actividades, ya que no solo contribuyen a la seguridad alimentaria y una nutrición adecuada, sino que además son reconocidos como parte de su patrimonio cultural inmaterial por las comunidades, grupos y, si procede, individuos” (UNESCO, Directrices, 2016).

Desde la frustración de la primera aspiración (Guardia Sara Beatriz, 2020) de la cocina mexicana para su inscripción en la lista representativa, en el Perú se

desarrollaron corrientes de opinión y sectores de interés en promover la cocina peruana como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad.

Las autoridades responsables (Guardia Sara Beatriz, 2020) y los operadores gastronómicos deben tomar conciencia que el concepto de cultura inmaterial excluye la gastronomía o la cocina en términos de sus productos materiales, de sus ingredientes y recursos, ni de su calidad o buen gusto.

2.3.3. Antecedentes regionales y/o locales

Es de suma importancia mencionar estudios a nivel regional, que recoge la particularidad del patrimonio cultural inmaterial de la gastronomía regional. El concepto de patrimonio cultural inmaterial es recreado y transmitido de generación en generación, lo que se debe poner en valor de manera permanente en el desarrollo integral entre ellas en la gastronomía.

Un área muy en boga (Vega Centeno Imelda, 2008), es el actual rescate de la gastronomía peruana; su éxito comercial es innegable y las dinámicas culturales que la atraviesan, por ser producto de variadas, constantes y creativas fusiones, son un ejemplo de lo vivo de nuestra cultura inmaterial.

En torno a la comida tradicional (Calvo Calvo, Rossana, 2014), se advierte también una gran revitalización renovada en la ciudad; nuevos festivales gastronómicos contemporáneos vienen inventándose en la dinámica de los barrios tradicionales, en los distritos de la ciudad, y en algunos poblados, buscando posicionarse con esta nueva especialización. En algunos casos, comprendiendo a estos establecimientos en su colectivismo, los nuevos festivales gastronómicos del Chiri Uchu han sido relanzados en el marco de valoración de

los barrios tradicionales. Algunos nuevos festivales no han tenido continuidad, como fue el “Ajha Raymi” en Santiago.

Chacón Lovatón Claudia Pamela (2018), en su investigación preliminar de la coordinación del patrimonio inmaterial de la sub dirección de patrimonio cultural y defensa del patrimonio cultural de la dirección desconcentrada de cultura del Cusco, en su estudio de la historia de las picanterías y chicherías del Cusco, menciona lo siguiente:

Las chicherías (Chacón Lovatón, 2018), como lugares para expendio de chicha, no existían en el incanato, pero sí los llamados Ajha Wasis. Estos espacios, se destinaban a la preparación y elaboración de la chicha con fines ceremoniales para festividades como el Inti Raymi. (Guaman Poma de Ayala, 1980 [1613].

Otra de las características que viene desde el siglo pasado (Chacón Lovatón, 2018), son los llamados “picantes”; las pequeñas viandas que se ofrecían en las picanterías y aún se ofrece en algunas chicherías. Se consumían junto a la chicha de jora, aunque como lo explica Llosa (1992), sufrieron también el menosprecio de ciertos sectores. En la actualidad, son pocos los espacios que ofrecen “picantes” para jalar a los comensales.

Hacia finales del siglo XX (Chacón Lovatón, 2018), chicherías y picanterías se ubicaron en lugares ocultos. Sus productos se hicieron marginales por los precios más económicos que los ofrecidos en lugares “exclusivos”. No solo elaboran chicha de manera tradicional, preparan también los “picantes”, emblemáticos representantes de la comida típica del Ande. Sin embargo, al

mismo tiempo estos espacios se constituyeron como baluartes de la vida intelectual en ciertas ciudades a lo largo del tiempo.

Chacón Lovatón (2018), sostiene que las picanterías representan identidades regionales; en el Cusco afianzó la génesis del indigenismo peruano. Eliana Llosa, citando a Adán Felipe Mejía, nos cuenta que este autor en sus recopilaciones de cocina peruana, no menciona nada acerca de las chicherías y picanterías, habla de la chicha de jora pero no ahonda en su elaboración y pareciese su preparación algo familiar, más no para negocio. Citado de (Llosa, 1992, págs. 40-41).

El trabajo de campo realizado por Chacón Lovatón (2018), encuentra que la picantería más antigua vigente tiene más de 50 años. Sería inexacto, querer dar un tiempo de vida a estos espacios culturales. La tradición picanteril se transmite de generación en generación; ni los mismos propietarios recuerdan que año nació su negocio, pues lo aprendieron de sus mamás, y estas a su vez lo aprendieron de sus abuelas. Esta trasmisión de saberes en el Cusco registra más de 70 años.

Chacón Lovatón (2018), citando a Arteaga (2006) menciona los diferentes tipos de picanterías y serían las siguientes: a) Picantería Turística, b) Picantería Tradicional, c) Bar Picantería, d) Restaurant Picantería, y e) Quinta Picantería. Cada una de ellas con su propia personalidad y características. Nos permitimos suponer, que quizás la aceptación de estos nuevos nombres para la chichería y la picantería, permitió a muchos propietarios legalizar sus negocios.

Chacón Lovatón (2018), en su investigación encuentra que una de las más antiguas en este rubro es “La Chomba Ajha Wasi”. Ubicada en la calle Tullumayo,

cuenta con más de 45 años de antigüedad. Fue fundada por la señora Augusta Huamán de Vega, ahora el negocio lo manejan sus hijos. Si bien nace como una picantería tradicional, dirigida a las clases populares donde se expendía la chicha que maceraba en las grandes chombas, con el paso del tiempo los comensales fueron cambiando. El crecimiento del flujo turístico y la aparición de nuevos restaurantes hicieron que el sentido de la picantería variara. Hoy ya no se sirve chicha, solo frutillada y los picantes cambiaron a extras de mayor costo.

Chacón Lovatón (2018), considera que a la picantería se debe ir a beber chicha pero preponderantemente también a comer extras. Esto, en vista de que los lugares donde sólo se expende chicha con picante, son conocidos como “chicherías”. No solo “La Chomba” ha variado sus características. También lo han hecho otros locales como “Che Waly”, “Las Manuelitas”, “El Fogón de las Manuelitas” y “Che Waly II”. Han variado su carta y ya no venden chicha, preparándola sólo como base de la frutillada.

Citando a Llosa (1922), Chacón Lovatón (2018), señala que las características del espacio de las picanterías son de una gran variedad, los tipos de infraestructura de las picanterías; son generalmente de tres ambientes: la cocina donde se elaboraba la chicha y los demás potajes, el salón principal con grandes mesas y bancas largas. Finalmente, el patio donde se encontraba un juego de sapo para el entretenimiento del público.

Los estudios realizados por Chacón Lovatón (2018), encuentra que la mayoría de las picanterías tradicionales, se encuentran ubicadas en casonas antiguas del casco urbano en el Centro Histórico del Cusco. Los barrios de San Pedro, Santa Ana, San Blas y el distrito de San Sebastián son los más frecuentados por encontrarse las picanterías más ponderadas. Además de las ya

mencionadas, se ha identificado una picantería tradicional de nombre “Juana”, de propiedad de la señora Juana Gallegos Cárdenas, mamá de Sonia Chuquimia Gallegos quien actualmente atiende el negocio, es hija de la señora Juana y tiene 30 años en el negocio picanteril. Es fácil ubicar su local, a dos cuadras de la Plaza Mayor de San Sebastián en la Av. Cusco. Guarda el pendón tradicional en señal de que hay chicha y de la buena. Sonia, aprendió el negocio gracias a su mamá y a su abuela materna.

Como se puede apreciar cuando se revisa todas las publicaciones respecto a las picanterías en la ciudad del Cusco, es al mismo tiempo una referencia a la cocina tradicional cusqueña, porque en la presente investigación le damos la connotación de cocina tradicional (picanterías)

2.4. Hipótesis y variables

Las hipótesis son respuestas probables que requieren ser demostradas y por ende es fundamental el diseño de las hipótesis porque nos permite transitar un camino más definido y preciso en este proceso de explicar un fenómeno o un problema, por consiguiente solamente se puede formular una hipótesis como producto de un conocimiento previo de la realidad que se investiga, en este caso la amplia revisión bibliográfica, las estadísticas, las experiencias directas e indirectas permite conceptualizar las hipótesis de mejor manera.

2.4.1. Hipótesis

a. Hipótesis general

La ausencia de políticas públicas sostenibles que promuevan la cocina tradicional de la gastronomía cusqueña, no permite el desarrollo competitivo de esta actividad.

b. Hipótesis específicas

La limitada infraestructura y equipamiento que afecta a la gran mayoría de las pequeñas empresas de la cocina tradicional cusqueña, se debería al limitado acceso al financiamiento y demanda limitada.

La pérdida de la integridad del patrimonio cultural gastronómico tradicional, se debería a la ausencia de cuadros importantes (profesionales y técnicos) para el adecuado gerenciamiento de los restaurantes tradicionales (picanterías) del Cusco.

La ausencia de las políticas públicas en el campo de la gastronomía regional explicaría que no existan escuelas de formación dirigidas al fortalecimiento de las cocinas tradicionales.

La baja competitividad de la cocina tradicional cusqueña se debería a la ausencia de políticas públicas dirigidas a una formación integral en gastronomía como patrimonio inmaterial cultural.

2.5. Identificación de variables e indicadores

La variable independiente denominamos como formación gastronómica en diferentes niveles como gerencia y formación de los trabajadores que es parte consustancial de las políticas públicas y la variable dependiente es la competitividad en costos (precios) y la diferenciación de los productos del negocio, en este caso solamente se analizará la formación como variable que explica el nivel de desarrollo del negocio gastronómico.

F: Formación gastronómico

ICT: Ingreso de la cocina tradicional

$$ICT = f(F)$$

2.6. Operacionalización de variables

Las variables se traducen en valores medibles y comparables como es el caso de los ingresos de las cocinas tradicionales que se traducirán en costos y diferenciación de productos que brinda la cocina tradicional cusqueña, que sería la variable dependiente:

CCT: Competitividad de la cocina tradicional

La variable independiente, lo reduciremos a la formación de los trabajadores y de la gestión como una variable de las políticas públicas

La formación de los trabajadores estará relacionada en sus conocimientos adquiridos en institutos, saberes familiares transmitidos, conocimiento de los insumos, gerencia en el manejo del negocio.

Formación: nivel de estudio formal e informal

$$F = (F_f, F_i, F_t, F_g)$$

F_f = Formación formal

F_i = Formación informal

F_t = Formación tradicional o transmisión generacional

F_g = Formación en gerencia

$$CCT = f(F_f, F_i, F_t, F_g)$$

Donde:

CCT: Competitividad de la cocina tradicional

Ff= Se formaron en institutos de cocina

Fi= Se formaron por experiencia práctica

Ft= Se formaron por transmisión generacional en los saberes de la cocina tradicional

Fg= Se formaron en algún nivel de estudios en administración y gerencia

III. METODOLOGÍA

3.1. Ámbito de estudio: localización política y geográfica

El estudio de la cocina tradicional cusqueña se circunscribirá a la provincia del Cusco. La provincia del Cusco, de acuerdo al Censo de Población y Vivienda del año 2017, tenía las siguientes características:

La población total estaba constituida por 447, 588 personas, de las cuales 231,189 fueron mujeres y 216,399 fueron hombres; la provincia del Cusco es mayoritariamente urbana con 432,662 habitantes y sólo 14,926 con población rural.

Además, la ciudad del Cusco, es el epicentro del turismo extranjero y nacional, donde además de la atracción turística de los restos arqueológicos, es de suma importancia la alimentación para atender esta demanda, para ello, es indispensable que la cocina tradicional, se encuentre en una situación de atender la demanda exigente de la población local, turistas nacionales y extranjeros, poniendo en valor la cocina tradicional.

De acuerdo a esta orientación, se sabe que la cocina tradicional cusqueña atiende la demanda de los pobladores de la provincia y algunos visitantes que conocen de las bondades de esta cocina; pero precisamente el objetivo de esta investigación es conocer las limitaciones de esta cocina y de qué manera se podría potenciar este patrimonio inmaterial para poner en un nivel más competitivo y de calidad con el aporte de las políticas públicas que podrían apoyar a este esfuerzo regional para lograr los objetivos que se ha propuesto la presente investigación.

3.2. Tipo y nivel de investigación

Es una investigación aplicada a un caso específico para explicar la gastronomía tradicional cusqueña a través de las variables desarrolladas, como son: La Variable dependiente y las variables independientes que explican el nivel de ingresos de las cocinas tradicionales.

La investigación es de tipo cuantitativo y en algunos aspectos es de carácter cualitativo.

La investigación corresponde a un diseño No Experimental, (Sampiere Hernández Roberto, 2014), dado que el estudio se realiza sin la manipulación de las variables, esto es, con la información obtenida de los censos de población y vivienda y la encuesta que se desarrollará entre los propietarios e integrantes de las cocinas tradicionales en la provincia del Cusco, quienes proporcionarán información actualizada que permitirá describir la realidad de la gastronomía tradicional, pero para entender los medios que explican este proceso se analizará a una muestra representativa de las cocinas tradicionales de la provincia del Cusco y las políticas públicas presentes en la provincia.

La revisión bibliográfica a nivel internacional, nacional y regional respecto a las variables de la gastronomía tradicional que explican las diferencias que existen entre estas cocinas de acuerdo a su desarrollo desigual que se ha producido en los últimos 15 años.

3.3. Unidad de análisis

La unidad de análisis es la cocina tradicional cusqueña con sus respectivas características que se basa en los diferentes niveles de desarrollo que han tenido.

Es decir, no es lo mismo una cocina familiar con integrantes de la familia y aquellas cocinas que tienen personal contratado.

Los diversos tipos de cocina tradicional que existe en el Cusco requiere estratificar por tamaños del personal que trabajan en el establecimiento.

De menos de 5 personas

De 5 a menos de 10 integrantes

De más de 10 integrantes

3.4. Población de estudio

La población de estudio en la provincia del Cusco estará determinada por el número de cocinas tradicionales que viven y trabajan en la provincia; de este total se seleccionará y analizará de acuerdo a la estratificación del tamaño del establecimiento

3.4. Tamaño de muestra

El tamaño de la muestra estará determinado de acuerdo al número de establecimientos independientemente a su tamaño y se seleccionará de acuerdo a las siguientes características:

Se ha identificado un universo de cocinas tradicionales en la ciudad del Cusco entre los que son formales y algunos informales que se ha logrado identificar, en total se cuenta con 95 establecimientos.

3.5. Técnicas de selección de muestra

El universo estará constituido por todos los establecimientos de la cocina tradicional de la provincia del Cusco; a partir de ese universo se elegirá una muestra representativa de tipo aleatorio.

La muestra tendrá las siguientes características:

$P=0.5$ y $Q=0.5$

Con un error muestra del $10\%=0.1$

Nivel de confianza del $90\%=1.645$

$n = N \times Z^2 \times P \times (1-P) / (N-1) \times e^2 \times Z^2 \times P \times (1-P)$

Donde:

N =Población o Universo

n =Muestra

Z = Nivel de confianza= $90\%=1.645$

e =Margen de error= $10\%=0.1$

Si consideramos un universo de 95 picanterías en la ciudad del Cusco, entre los que están registrados en la municipalidad provincial del Cusco y los denominados informales, podemos inferir que una muestra representativa con un grado de confianza del 90%, tendríamos una muestra de 30 picanterías.

Los integrantes de esta muestra representativa serán encuestados en el mismo lugar de su establecimiento.

3.6. Revisión estadística

Se utilizará la información proporcionada por los Censos de población y vivienda y las estadísticas desarrolladas por las diferentes instituciones públicas y privada.

3.7. Entrevistas y encuestas dirigidas

La entrevistas y encuestas se aplicarán a los entendidos en la gastronomía tradicional estratificada de acuerdo a sus características mencionadas.

Se entrevistará a los actores institucionales como el Gobierno Local, Gobierno Regional y las oficinas descentralizadas referidos a la gastronomía como MINCETUR.

3.8. Técnicas de recolección de información

Las técnicas de recolección de información estarán constituidas por entrevistas y encuestas

Entrevistas: Las preguntas estarán dirigidas a las políticas públicas que se implementan tanto a los que ejecutan desde los diferentes niveles de gobierno como a los receptores de estas políticas que son los establecimientos de la cocina tradicional.

Encuestas: Las encuestas tendrán varias secciones: Información general de la cocina tradicional, información específica como las características del establecimiento, uso de insumos locales y regionales, utilización de técnicas de cocina tradicional, crédito, uso de equipos de cocina tradicional y modernos, formación en técnicas de cocina.

Información secundaria de instituciones como la municipalidad distrital y provincial que apoyan la gastronomía en la provincia y las instituciones que apoyan a la gastronomía en general.

3.9. Técnicas de análisis e interpretación de la información

Se tabulará de acuerdo al tamaño de los establecimientos y en particular por el número de trabajadores, a cada nivel de tamaño se adicionará el

comportamiento de las otras variables como formación, capacitación, participación en ferias, tipo de articulación con el mercado, financiamiento y otros beneficios que obtengan de las políticas públicas implementadas en la provincia por los diferentes niveles de gobierno y otras organizaciones.

Una vez tabulado, se aplicará la fórmula de la variable dependiente (Y) y la variable independiente (F) para explicar la correlación que existe.

3.10. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas

Los resultados serán analizados e interpretados tanto de la variable dependiente y la incidencia de las políticas públicas y otras variables en el comportamiento de esta variable, se contrastarán con las hipótesis planteadas para determinar la verdad o falsedad de los planteamientos propuestos.

Además, se contrastará los hallazgos de la investigación con investigaciones previas similares a nivel internacional, nacional y regional.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para desarrollar este capítulo se ha realizado en primer lugar el diseño de la encuesta dirigido a las cocinas tradicionales de la ciudad del Cusco (picanterías); esta encuesta se ha elaborado en función a lo desarrollado en los capítulos anteriores especialmente en lo que concierne a las hipótesis y la metodología. De un universo de 95 picanterías de la ciudad del Cusco, se ha trabajado con una muestra representativa de 33 picanterías, a las cuales se ha aplicado las encuestas para tener un mayor conocimiento respecto a la cocina tradicional cusqueña.

Asimismo, se ha tenido en cuenta los antecedentes y las teorías principales de la investigación como es el caso de las políticas públicas que están relacionadas con la teoría del patrimonio cultural inmaterial que es el caso de los saberes y conocimientos transmitidos de generación en generación en la cocina tradicional del Cusco.

Se ha tenido en cuenta los antecedentes internacionales y nacionales de las cocinas tradicionales en México, España, Ecuador; donde se demuestra que existe una simbiosis entre lo material y lo inmaterial y en ella las políticas públicas aportan potenciando los saberes y conocimientos mediante la promoción y la formación que mantiene y desarrolla el patrimonio cultural inmaterial como el aspecto principal de la cocina tradicional.

4.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados

Una vez procesado las encuestas tenemos las siguientes tablas

Tabla 1. Gestión del negocio

	N	%
HOMBRE	7	21,2%
MUJER	26	78,8%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

De acuerdo a esta encuesta, en la tabla 1, se muestra que el negocio es conducido en un 78.8% por mujeres y el 21.2% por hombres, este dato es interesante, en la medida, que es un negocio conducido mayoritariamente por mujeres.

Tabla 2. Tipo de negocio

	N	%
FAMILIAR	30	90,9%
EMPRESARIAL	3	9,1%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 2, muestra que los establecimientos tradicionales de la gastronomía cusqueña, son mayoritariamente un negocio familiar. En efecto, las encuestas realizadas a una muestra representativa de las picanterías nos muestran que el 90.9% son negocios familiares y sólo el 9.1%, podría considerarse como un negocio empresarial.

Tabla 3. Nivel de estudio del gestor del negocio:

	N	%
SIN RESPUESTA	1	3,0%
CON PRIMARIA	2	6,1%
CON SECUNDARIA	10	30,3%
CON SUPERIOR INCOMPLETA	7	21,2%
CON SUPERIOR COMPLETA	13	39,4%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías

Tabla 3, muestra el nivel de estudio del gestor del negocio, el resultado de la encuesta realizado en el mismo establecimiento tiene el resultado siguiente: 39.4% de los gestores tienen superior completa; 21.2% superior incompleta, 30.3% cuenta con estudios de secundaria y sólo el 6.1% tiene primaria. Esta información es de enorme relevancia, porque el 60% de los que dirigen el negocio tienen estudios superiores, esta realidad permitiría implementar políticas públicas dirigidas para mejorar la competitividad de la cocina tradicional cusqueña.

Tabla 4. ¿Cómo ha adquirido sus conocimientos de cocina?

	N	%
POR TRADICION FAMILIAR	25	75,8%
POR ESTUDIOS DE COCINA	1	3,0%
POR EXPERIENCIA DE TRABAJO	3	9,1%
TODOS	3	9,1%
OTRO, ESPECIFICAR	1	3,0%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 4 se refiere a la forma como se han adquirido los conocimientos en la cocina tradicional cusqueña (picanterías), mostrando claramente que el 75.8% de los gestores del establecimiento han adquirido sus conocimientos por transmisión familiar que significa tradición familiar, cuyos saberes se transmiten de generación en generación; el 9.1% adquirieron sus conocimientos en el trabajo; sólo el 3% ha adquirido dichos conocimientos en una escuela de gastronomía. **La información que nos brinda las encuestas realizadas a las cocinas tradicionales de la ciudad del Cusco, no hace más que corroborar el enfoque del patrimonio cultural inmaterial, entre ellas los saberes locales y regionales que se transmite de generación en generación, que se tiene que revalorar y desarrollar.**

Tabla 5. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su negocio?

	N	%
DE 1 A 2 TRABAJADORES	5	15,2%
DE 3 A 5 TRABAJADORES	17	51,5%
DE 6 A 10 TRABAJADORES	8	24,2%
DE 11 A MAS TRABAJADORES	3	9,1%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 5, muestra el número de trabajadores con que cuenta el establecimiento, el resultado de la encuesta es el siguiente: el 15.2% de los negocios tienen entre 1 a 2 trabajadores; el 51.5% de los negocios familiares tienen entre 3 a 5 trabajadores; el 24.2% tienen entre 6 a 10 trabajadores y el 9.1% tiene más de 11 trabajadores. Esta información es relevante, ya que, todas ellas son emprendimientos de micro y pequeños negocios y solamente el 9.1% de estos establecimientos podría considerarse como un negocio de tipo empresarial (pequeña empresa), esta información nos permite afirmar que la gran mayoría de la cocina tradicional cusqueña son negocios familiares, esta información requiere que las políticas públicas sean más específicas y tomen en cuenta la realidad de este sector donde predomina el negocio familiar. De ahí, sus limitaciones y que enfrentan serias dificultades para desarrollarse y ser competitivos a nivel regional, nacional e internacional.

Tabla 6. ¿Cuál es tu especialidad en la picantería?

	N	%
MALAYA, GUIZO DE RABO, LENGUA ATOMATADA	1	3,0%
CHIRIUCHU, LECHON AL HORNO, CUY AL HORNO	1	3,0%
CUY AL HORNO, CEVICHE DE TRUCHA, CHICHARRON DE CERDO	1	3,0%
COSTILLAR FRITO, MONDONGUITO CON PANZA DE CORDERO, PEPIAN DE CUY, LENGUA ATOMATADA, CHULETA DE RES	1	3,0%

COSTILLAR FRITO, MALAYA FRITA, GUIZO DE RABO	1	3,0%
COSTILLAR FRITO, CHICHARRONES, LECHON AL HORNO	1	3,0%
CUY AL HORNO CON ROCOTO RELLENO, LECHON CON TAMALES, CHICHARRON DE CHANCHO	1	3,0%
PEPIAN DE CUY CON CAPCHI DE HABAS, GUIZO DE RABO, COSTILLAR FRITO	1	3,0%
COSTILLAR FRITO, MALAYA FRITA, CUY CON TALLARIN Y ROCOTO	1	3,0%
GUIZO DE RABO, ROCOTO AL JUGO, CHURRASCO, RACHI A LA MINUTA, RIÑON A LA BRASA	1	3,0%
LECHON CON TAMAL, LENGUA ATOMATADA, ESCABECHE DE CUCHIKARA	1	3,0%
COSTILLAR FRITO, CHICHARRON DE CERDO, ZARZA DE PATITAS, LENGUA ATOMATADA	1	3,0%
GUIZO DE RABO, SOLTERO DE CUCHIKARA, MALAYA FRITA	1	3,0%
CABRITO AL HORNO, ROCOTO RELLENO CON TALLARIN, ZARZA DE PATITAS, LENGUA ATOMATADA	1	3,0%
COSTILLAR CON CAPCHI DE HABAS, SECO DE CORDERO CON FREJOL, MALAYA FRITA	1	3,0%
CHIRIUCHU, CUY AL HORNO, LECHON CUSQUEÑO	1	3,0%
ZARZA DE PATITAS, CHICHARRON, GUIZO DE RABO	1	3,0%
MERIENDA, CHAIRO, CUY AL HORNO	1	3,0%
KAPCHI DE ZETAS, GUIZO DE RABO, CHIRIUCHU	1	3,0%
CUY AL HORNO, CHIRUCHU, COSTILLAR FRITO, ZARZA DE PATITAS	1	3,0%
GUIZO DE RABO, TRIO CUSQUEÑO, CUY AL HORNO	1	3,0%
CHIRIUCHU.LECHON CUSQUEÑO CON TAMAL, CHICHARRON	1	3,0%
COSTILLAR FRITO, GUIZO DE RABO, CARNE A LA BRASA	1	3,0%
COSTILLAR FRITO, CHICHARRON, GUIZO DE RABO	1	3,0%
GUIZO DE RABO, COSTILLAR, MALAYA, ROCOTO AL JUGO	1	3,0%
COSTILLAR FRITO, MALAYA FRITA, CUY AL HORNO CON TALLARIN Y ROCOTO	1	3,0%

CHIRIUCHU, KAPCHI DE ZETAS, PEPIAN DE CUY, GUISO DE RABO	1	3,0%
LUNAREJA ((POLLO DORADO, CHULETA DE RES)), PLATO TRIPLE, MIXTO(POLLOTALLARIN CHULETA)	1	3,0%
CHIRIUCHU, CUY AL HORNO, COSTILLAR FRITO	1	3,0%
ZARZA DE PATITAS, CHICHARRON, GUISO DE RABO, SOLTERO DE CUCHIKARA	1	3,0%
ZARZA DE PATAS DE CERDO,COSTILLAR, MALAYA, CHICHARRON, GUISO DE RABO	1	3,0%
PICANTES CON CHICHA,ZARZA DE PATITAS,MALAYA FRITA	1	3,0%
33	1	3,0%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

La tabla 6, trata respecto a la especialización de la cocina tradicional cusqueña, mostrando los diversos platos tradicionales con los cuales atienden a los usuarios que recurren a las picanterías para degustar de los platos emblemáticos como: seco de cordero, merienda cusqueña, cuy al horno, chiriuchu, chicharrón, rocoto relleno, caldo de cabeza, caldo de gallina, pastel de papa, Kapchi de zetas, caldo de pollera, lechón, caldo de criadilla y cardan y ají de gallina. Todos estos platos son tradicionales y un sector de las cocinas tradicionales siguen ofertando y manteniendo esta tradición que tiene que ser preservado y desarrollado para que los comensales tanto nacionales y extranjeros puedan conocer esta cultura culinaria tradicional.

Todos los platos enumerados, son testimonios de la cocina de origen, tradicional, que utiliza los insumos locales y siguen la tradición que se trasmite de generación en generación y por tanto toda esta variedad de platos que existe en la cocina tradicional cusqueña (picanterías), es parte de la cultura de una

sociedad que en el transcurso del tiempo mantiene su cultura y en consecuencia forma parte del patrimonio cultural inmaterial.

Tabla 7. ¿qué plato es más solicitado por tus clientes?

	N	%
MALAYA, GUISO DE RABO, LENGUA ATOMATADA	1	3,0%
LECHON AL HORNO, CHAIRO CUSQUEÑO	1	3,0%
CUY AL HORNO	1	3,0%
MALAYA FRITA, CHICHARRONES, CUY AL HORNO, ASADO DE CORDERO	1	3,0%
COSTILLAR FRITO	13	39,4%
COSTILLAR FRITO Y MALAYA FRITA	1	3,0%
GUISO DE RABO, PEPIAN DE CUY, KAPCHI DE ZETAS	1	3,0%
CHURRASCO, GUISO DE RABO, ROCOTO AL JUGO	1	3,0%
LECHON CON TAMAL, COSTILLAR FRITO	1	3,0%
COSTILLAR FRITO, ZARZA DE PATITAS	1	3,0%
GUISO DE RABO	1	3,0%
CHIRIUCHU	1	3,0%
MALAYA FRITA	2	6,1%
CHIRIUCHU, PATO AL HORNO	1	3,0%
MALAYA FRITA, CHICHARRON, CHAIRO	1	3,0%
CUY AL HORNO, MERIENDA	1	3,0%
CAPCHI DE ZETAS	1	3,0%
ZARZA DE PATITAS, COSTILLAR FRITO	1	3,0%
TRIO CUSQUEÑO	1	3,0%
CHURRASCO AL JUGO, GUISO DE RABO	1	3,0%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 7, da cuenta de los gustos y preferencias del consumidor y de esta manera se ha establecido respecto a los platos más solicitados por los

comensales, entre los platos más solicitados destacan: rocoto relleno, merienda cusqueña, caldo de criadilla y cardan, lechón, cuy al horno, chiriuchu, malaya frita, capchi de zetas, zarza de patitas, guiso de rabo, costillar frito y caldo de gallina. En realidad, estos platos son los más conocidos y por tanto se requiere toda una promoción de las características de los diferentes platos para que los comensales tengan una variedad de alternativas para elegir. Entre los diferentes platos que ofertan en las cocinas tradicionales de la ciudad del Cusco, se encuentra el costillar frito como el más solicitado. El costillar frito es muy propio de las picanterías no solamente en el Cusco, sino también en el sur andino a diferencia del resto del país, donde prácticamente ha desaparecido la carne de cordero.

Tabla 8. ¿Qué tipo de materiales y equipos tradicionales utilizas para la cocina?

	N	%
SIN RESPUESTA	1	3,0%
COCINA A LA LEÑA	4	12,1%
BATAN	7	21,2%
MORTEROS	1	3,0%
TODOS	15	45,5%
OTROS, ESPECIFICAR	5	15,2%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 8, trata respecto a los materiales y equipos tradicionales que utilizan. En efecto, se muestra que los elementos que utilizan son tradicionales como las ollas de barro, mortero, perol, batán horno de leña. Todos los establecimientos encuestados utilizan estos materiales tradicionales, que permite que los platos tengan el sabor natural de acuerdo a las tradiciones más antiguas que siguen manteniendo los saberes ancestrales con los cuales le proporcionan un activo importante que muchos comensales valoran.

En este caso, el trabajo de campo demuestra la vinculación entre el patrimonio cultural inmaterial (PCI) con el patrimonio cultural material; siendo determinante el PCI, que es lo que condiciona el tipo del PCM.

Tabla 9. ¿Que necesitas para hacer crecer tu negocio?

	N	%
SIN RESPUESTA	2	6,1%
CREDITO	12	36,4%
CAPACITACION	5	15,2%
PROMOCIÓN	9	27,3%
TODOS	5	15,2%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 9, trata respecto a los requerimientos para hacer crecer su negocio, las respuestas son: Crédito (36.4%); Capacitación (15.2%) y Promoción (27.3%); estas respuestas nos indica la orientación que debería tener la política pública, para responder a las necesidades y anhelos de la cocina familiar tradicional cusqueña, que requieren no solamente crédito, sino también que son muy conscientes que necesitan capacitación y promoción para encaminarse en la ruta del crecimiento y mejora de estos establecimientos tradicionales. No es casual que solamente el 15.2% de los encuestados considera como importante la capacitación, probablemente tiene que ver por el aprendizaje generacional que se ha producido y en ninguna institución tienen esta orientación para generar mayor conocimiento en la cocina tradicional.

Tabla 10. ¿Participas en ferias gastronómicas?

	N	%
SI	21	63,6%
NO	12	36,4%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 10, muestra la participación de las picanterías en las ferias de gastronomía que se realizan en la ciudad del Cusco, el 63.6% de los encuestados participan en las ferias gastronómicas, pero el 36.4% de ellos no participan en estas ferias, sobre los motivos de la no participación de un sector de los encuestados manifestaron que no les convenía participar, porque los precios de promoción de las ferias son más bajos y la venta es menor de lo que ellos tienen en sus establecimientos.

Tabla 11. ¿Quiénes organizan las ferias gastronómicas?

	N	%
SIN RESPUESTA	1	3,0%
LA MUNICIPALIDAD	10	30,3%
LAS PICANTERIAS	12	36,4%
TODOS	6	18,2%
OTROS	3	9,1%
NO SABE	1	3,0%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 11, se muestra que el 36.4% de las cocinas tradicionales son los que organizan estas ferias gastronómicas y el 30.3% son organizadas por la municipalidad y el 18.2% son organizados por la municipalidad y las picanterías. Esta encuesta nos proporciona mayor información respecto a las políticas públicas que se implementan para promover y desarrollar a la cocina tradicional cusqueña; los resultados dan cuenta que en la práctica las políticas públicas son limitadas y parciales.

Tabla 12. ¿Qué actividades se debería realizar para promocionar las picanterías?

	N	%
SIN RESPUESTA	1	3,0%
PUBLICIDAD	16	48,5%
INVESTIGACION	1	3,0%
EVENTOS	2	6,1%

PASANTIAS	1	3,0%
FERIAS	10	30,3%
TODOS	2	6,1%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 12, trata respecto a las políticas públicas que se debería implementar para promocionar y desarrollar las picanterías. En este sentido, la encuesta recoge las propuestas de los encuestados que es lo que se debería hacer para promocionar la cocina tradicional cusqueña, entre otros se destaca los siguientes: El 48.5% considera que la publicidad sería importante para promocionar las cocinas tradicionales; el 30.3% consideran que las ferias podrían ser una buena alternativa y en porcentajes menores figura los eventos, pasantías y la investigación. En este caso, las políticas públicas podrían centrarse en apoyar la publicidad por diversos mecanismos y las ferias gastronómicas en sus diversas formas de promoción.

Tabla 13. ¿Que se debería hacer para que los turistas nacionales y extranjeros consuman en las picanterías?

	N	%
BUEN SERVICIO	7	21,2%
SEGURIDAD	1	3,0%
PROMOCIÓN	22	66,7%
CAPACITACIÓN	1	3,0%
TODOS	2	6,1%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 13, se refiere a las políticas públicas que se debería implementar para desarrollar la cocina tradicional cusqueña y de este modo atraer a los usuarios nacionales e internacionales que hacen turismo en la ciudad del Cusco. Entre otros elementos se puede mencionar los siguientes: Promocionar la cocina tradicional (66.7%); brindar un buen servicio (21.2%) entre ellas mejorar la infraestructura de los establecimientos, ofrecer tours gastronómicos por parte del

sector privado, locales apropiados revalorando la estructura tradicional como los patios, mejorar la calidad de los platos tradicionales; mayor seguridad y mejorar la eficiencia en la atención a los clientes.

Tabla 14. ¿Es posible mejorar la calidad de los platos de las picanterías?

	N	%
Si	32	97,0%
No	1	3,0%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 14, se refiere a la encuesta que da cuenta que es lo que se debería hacer las instituciones públicas para lograr competitividad y excelencia en la cocina tradicional cusqueña, los encuestados consideran que es posible mejorar los platos ofertados a los usuarios, esta constatación de parte de los que dirigen las picanterías es de suma relevancia, en la medida que existe una gran apertura para mejorar en todos los aspectos la oferta gastronómica de la cocina tradicional cusqueña con la finalidad de ganar la preferencia de los visitantes nacionales y extranjeros, lo que permitiría realizar cursos de capacitación para la atención en la excelencia y el uso de insumos de calidad, salubridad, formar y capacitar en el gestión y manejo de la cocina tradicional. Esta respuesta prácticamente unánime, de mejorar la calidad de los servicios y los platos que oferta las picanterías, no hace más que corroborar lo que sustentan los teóricos del patrimonio cultural inmaterial, quienes mencionan que lo tradicional, lo autóctono, no significa inmovilismo, estancamiento, sino que, están en continuo cambio, de acuerdo a su entorno y contexto y los nuevos elementos que van surgiendo en el transcurso del tiempo, pero en el fondo mantiene su esencia.

Tabla 15. ¿Si la respuesta es SI Que es lo que debería hacer?

	N	%
SIN RESPUESTA	1	3,0%
MANEJAR MEJOR TECNICA Y LIMPIEZA	8	24,2%
IMPLEMENTACION DE EQUIPOS MODERNOS	4	12,1%
CAPACITACIÓN	4	12,1%
TENER PRODUCTOS DE CALIDAD	7	21,2%
FINANCIAMIENTO	3	9,1%
APOYO DE GOBIERNO	1	3,0%
USO DE INSUMOS DE LA ZONA	2	6,1%
INNOVACIÓN	1	3,0%
DIFUNDIR	1	3,0%
USAR INSUMOS DE CALIDAD Y MEJORAR INFRAESTRUCTURA	1	3,0%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabal 15, muestra las diversas acciones que se debe realizar para mejorar la calidad de los platos tradicionales y los servicios que brindan a los clientes; el 21.2% considera que la calidad de los insumos es de suma importancia para lograr mejorar la calidad de los platos tradicionales; el 24.2% considera que es necesario mejorar la técnica en el manejo de la cocina y la atención y sobre todo tener en cuenta la limpieza del establecimiento; el 12.1% considera introducir equipos modernos y el 12.1% mayor capacitación. Esto significa que es muy importante tener en cuenta toda la cadena de valor de la cocina tradicional cusqueña, desde la provisión de insumos de calidad hasta la atención de excelencia al cliente.

Tabla 16. ¿Cuál es el principal problema que enfrenta su picantería para mejorar la calidad de los platos tradicionales y los servicios que se brinda a los clientes?

	N	%
SIN RESPUESTA	1	3,0%
LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE NECESITA LA PICANTERIA	7	21,2%
MAYOR CONOCIMIENTO EN LA PREPARACIÓN DE LOS	1	3,0%

PLATOS		
MEJORAR LA CALIDAD DE LOS UTENSILIOS LA COCINA	12	36,4%
LAS MESAS		
TODO	9	27,3%
5	3	9,1%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 16, se refiere el problema a su superar desde el punto de vista de los encuestados, que se debería hacer para mejorar la oferta gastronómica, se constata que el 21.2% considera que es importante mejorar la calidad de los insumos que utiliza la cocina tradicional; el 36.4% considera que es necesario mejorar toda la infraestructura y el equipamiento de la cocina y finalmente el 27.3% toda la cadena de valor desde los insumos, la infraestructura, el equipamiento y la atención a los usuarios.

Tabla 17. ¿Qué es lo más importante para tener mayor clientela en el negocio?

	N	%
MEJORAR EL SERVICIO	4	12,1%
MAYOR PUBLICIDAD	5	15,2%
MEJORAR LA ATENCIÓN Y CALIDAD	23	69,7%
RUTA GASTRONOMICA	1	3,0%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 17, se refiere qué actividad es lo más importante para incrementar la clientela de las cocinas tradicionales, los encuestados consideran los siguientes aspectos: platos de calidad con mejores insumos, mejorar la calidad de los platos y la salubridad, marketing, promoción de la comida tradicional cusqueña, mejorar la calidad en la atención personalizada y un ambiente agradable. Los gestores de los negocios de las picanterías consideran de suma importancia mejorar la calidad del servicio y de la oferta gastronómica, lo que implica tener en cuenta la mejora en toda la cadena de valor de la cocina tradicional.

Tabla 18. ¿Con que frecuencia vienen los turistas extranjeros para degustar los platos de la picantería?

	N	%
FRECUENTE	11	33,3%
DE VEZ EN CUANDO	20	60,6%
NUNCA	2	6,1%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 18, muestra la frecuencia con la que los turistas extranjeros degustan los platos de las picanterías; 60.6% de los turistas frecuentan de vez en cuando y el 33.3% lo hacen de manera frecuente. Estos datos son relevantes en la medida que existe un amplio terreno para promover el consumo de los platos tradicionales entre los turistas extranjeros, de este modo se podrá promover el crecimiento de la cocina tradicional cusqueña, siempre y cuando como mencionan los encuestados se mejoren la calidad de los platos y se logre la excelencia en los servicios con una infraestructura adecuada.

Tabla 19. ¿Qué es lo que tiene que hacer para atraer a los clientes del extranjero que visitan el Cusco?

	N	%
MEJORAR LA CALIDAD DE LOS PLATOS	4	12,1%
PROMOCIONAR A LAS PICANTERIAS EN EL EXTRANJERO Y EN CIUDAD DEL CUSCO	28	84,8%
TODOS	1	3,0%

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas realizadas en 33 picanterías.

Tabla 19, muestra que el 84.8% de los encuestados consideran que es necesario promocionar las picanterías en el extranjero y en la ciudad del Cusco para lograr que un porcentaje mayor de clientes del extranjero puedan degustar los platos tradicionales y el 12.1% consideran mejorar la calidad de los platos ofertados.

Tabla 20. ¿Ha recibido visita de funcionarios del gobierno central para mejorar la gastronomía tradicional de las picanterías de la provincia del cusco?

	N	%
SIN RESPUESTA	2	6,1%
SI	1	3,0%
NO	30	90,9%

Fuente: Elaboración propia en base a las realizadas en 33 picanterías

Tabla 20, muestra la situación de las políticas públicas respecto a las cocinas tradicionales en la provincia del Cusco, las respuestas son la siguientes: el 90-9% considera que no han recibido ninguna visita de parte de los funcionarios del gobierno nacional, no tienen ningún tipo de apoyo, etc. En resumen, la gran mayoría de los encuestados consideran que el gobierno nacional está ausente respecto a la problemática de las cocinas tradicionales.

Tabla 21. ¿Crees que los insumos nativos que utilizas mejora la calidad de la comida?

	N	%
SIN RESPUESTA	1	3,0%
SI	32	97,0%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 21, los encuestados consideran la importancia del uso de los insumos nativos que son esenciales para mejorar la calidad de los platos tradicionales de la cocina cusqueña.

Tabla 22. ¿Qué apoyo necesitas del gobierno central, del gobierno regional de Cusco, de la municipalidad provincial de Cusco, para mejorar la competitividad de la cocina tradicional cusqueña?

	N	%
SIN RESPUESTA	2	6,1%
INVITACIONES A EVENTOS	1	3,0%
FERIAS	5	15,2%

FINANCIAMIENTO	8	24,2%
CAPACITACIÓN	5	15,2%
PUBLICIDAD	7	21,2%
LICENCIA	3	9,1%
TODOS	2	6,1%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 22, Los encuestados consideran que el financiamiento, la publicidad, la capacitación y las ferias son muy importantes para crear las condiciones para mejorar la competitividad de la cocina tradicional cusqueña.

Tabla 23. ¿Requiere algún apoyo de la Universidad o de otras instituciones?

	N	%
SIN RESPUESTA	2	6,1%
SI	29	87,9%
NO	2	6,1%

Fuente: Elaboración propia en base a las 33 encuestas realizadas en picanterías.

Tabla 23, los encuestados consideran que es muy importante el apoyo de la Universidad, entendido como una entidad que pueda crear una escuela de la gastronomía tradicional para mejorar los conocimientos en la preparación de los platos tradicionales, el equipamiento, el manejo de los insumos y principalmente en la gestión del negocio, para lograr una mayor competitividad que les permita constituirse como un lugar de referencia de los usuarios locales, nacionales e internacionales.

Las políticas públicas de los diferentes niveles de gobierno (nacional, regional y local)

Se han realizado varias entrevistas a entidades públicas tanto regional como local y son las siguientes:

La Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo (GERCETUR), sostiene lo siguiente respecto a la cocina tradicional cusqueña “Es un reflejo del respeto por la naturaleza, los ingredientes autóctonos y las tradiciones que han sobrevivido a lo largo del tiempo. Es una cocina que, además de ser deliciosa, te invita a conocer más sobre la historia y la vida cotidiana de un pueblo. ofreciendo a los comensales la oportunidad de disfrutar de sabores intensos, picantes y muy representativos de la región andina”. A pesar del conocimiento y entendimiento que tienen respecto a la cocina tradicional cusqueña, en la práctica, en la entrevista desarrollada, GERCETUR explica que la explicación del porqué no se ha visibilizado la cocina tradicional para el turista nacional y extranjero, se debería a los siguientes aspectos: a) falta de promoción y visibilidad, b) desconocimiento o sub estimación de la gastronomía local y c) preferencia por otros tipos de comida.

GERCETUR, no menciona ninguna política pública específica para lograr que la cocina tradicional cusqueña, sea competitiva y pueda atraer a los turistas nacionales y extranjeros, mediante la autenticidad de su gastronomía.

La Dirección Desconcentrada de Cultura del Cusco, sostiene lo siguiente: “hay una promoción constante, más impulsada definitivamente por los agentes económicos privados”.

La dirección desconcentrada de cultura del Cusco, indica “que su rol es desarrollar políticas, acciones y programas vinculados o que nos resulten en la salvaguardia de la gastronomía tradicional”. El salvaguardia la entendemos en la investigación, registro, transmisión intergeneracional, promoción y difusión, catalogación y actividades que refuercen su vigencia, vitalidad y viabilidad.

Sin embargo, en esta entrevista no se especifica una política específica respecto a la cocina tradicional cusqueña, solamente mencionan algunas actividades “que podrían entenderse como capacitación, básicamente enfocadas en crear conciencia patrimonial en los gremios de asociaciones y agentes económicos vinculados a las picanterías y chicherías cuzqueñas”.

Finalmente, la Dirección Desconcentrada de Cultura del Cusco, considera pertinente promover políticas públicas de **salvaguardia** de la culinaria tradicional cusqueña. En la práctica, no existe una política pública que se traduzca en programas y proyectos para promover la cocina tradicional cusqueña.

En síntesis, de acuerdo a las entrevistas desarrolladas a las instituciones públicas en la ciudad del Cusco, no existe políticas públicas dirigidas a las cocinas tradicionales de la ciudad del Cusco, salvo una débil promoción de ferias gastronómicas; a pesar que existen experiencias positivas en Ecuador y México, donde las políticas públicas implementadas transformaron y potenciaron la cocina de origen y autóctona.

4.2. Pruebas de hipótesis

La hipótesis general sostiene que están ausentes las políticas públicas que promuevan la cocina tradicional de la gastronomía cusqueña. El trabajo de campo realizado mediante encuestas en las picanterías tradicionales de la ciudad del Cusco, constata esta aseveración; donde la totalidad de los encuestados respondieron que los gobiernos (nacional, regional y local), están ausentes en la promoción de las cocinas tradicionales de la ciudad del Cusco.

El 91% de las cocinas tradicionales son de conducción familiar, no están formalizados como pequeñas empresas y cuentan con dos a cinco trabajadores y

sólo el 9.1% de las picanterías tienen más de 11 trabajadores. En consecuencia, los trabajadores son en su mayoría trabajadores informales y la mayoría de los dueños y gestores de la picantería tienen una baja formación gerencial, y, por ende, es baja la competitividad de la gran mayoría de las cocinas tradicionales cusqueñas.

La baja competitividad de la cocina tradicional cusqueña se expresa, entre otros aspectos porque todavía sus usuarios son mayoritariamente de la población local y una minoría de ellos tienen la capacidad de atraer a turistas nacionales y extranjeros.

Esta debilidad de la cocina tradicional cusqueña estaría produciendo una cierta pérdida y retroceso de la influencia de esta gastronomía entre la población local y especialmente en los turistas nacionales y extranjeros que acuden a los establecimientos de la cocina internacional y en menor medida de la cocina de fusión limeña, como consecuencia de la falta de cuadros importantes (profesionales y técnicos) que impulsen esta cocina tradicional, debido a las limitaciones que tienen la mayoría de los gestores de estas picanterías por lo que, un sector de los encuestados solicita capacitación y promoción de la cocina tradicional. Existen condiciones para mejorar la competitividad en la medida que la mayoría de los gestores tienen formación de estudios superiores.

La gran mayoría de los gestores y trabajadores de la cocina tradicional cusqueña han adquirido sus conocimientos por tradición familiar, la transmisión de saberes por generaciones, que se inscribe en lo que se denomina como patrimonio cultural inmaterial, requiere ser rescatado y potenciado estos conocimientos para mejorar la posición de la cocina tradicional y en menor medida está la experiencia laboral en otras picanterías y por tanto esta realidad

explica la no existencia de escuelas de formación en gastronomía tradicional dirigidas a estos sectores tradicionales, porque no se ha desarrollado la importancia de los conocimientos que se transmiten de generación en generación que en la actualidad está siendo revalorada a nivel internacional, pero todavía no tiene la importancia en el diseño de las políticas públicas dirigidas al patrimonio cultural inmaterial como las cocinas tradicionales del Cusco.

El estudio de campo, nos muestra que la baja competitividad de la cocina tradicional cusqueña se debe entre otros a la ausencia de políticas públicas dirigidas a la formación integral en gastronomía como patrimonio cultural inmaterial.

En las encuestas realizadas a los gestores de las cocinas tradicionales en la ciudad del Cusco, se constata que los gestores de estos establecimientos tienen muy claro que tipo de políticas públicas se debería implementar, entre otros, tenemos los siguientes: Crédito, capacitación, promoción y mejora de la calidad de los platos tradicionales.

Las encuestas realizadas a una muestra representativa de las cocinas tradicionales de la ciudad del Cusco, nos indica que en la práctica es inexistente una política pública dirigida a este sector, salvo en el apoyo parcial en la realización de ferias gastronómicas, que generalmente son implementados por la organización de las picanterías. En el caso del gobierno nacional y el gobierno regional simplemente no está presentes con políticas públicas para mejorar su posición y competitividad de esta gastronomía tradicional.

Los tres niveles de gobierno (nacional, regional y local), no están interiorizados para potenciar los conocimientos transmitidos de generación en

generación, que es una manifestación del patrimonio cultural inmaterial como los saberes en la gastronomía tradicional que tiene décadas y probablemente sus raíces están en las poblaciones originarias que fueron asimilando los conocimientos de nuevas generaciones provenientes de otras regiones del mundo, como es la cocina española, mediterránea y otras civilizaciones tanto en la preparación de los platos como en la introducción de nuevos productos agropecuarios y acuícolas.

4.3. Presentación de resultados

- La gestión de las cocinas tradicionales es conducida mayoritariamente por mujeres y en menor medida por varones.
- El 60% de los gestores de las cocinas tradicionales tienen estudios superiores y el 36% de ellos tienen estudios de primaria y secundaria.
- El aprendizaje en la preparación y gestión de la cocina tradicional se ha obtenido mayoritariamente por tradición familiar; solamente el 3% de los encuestados ha adquirido sus conocimientos en las escuelas de la gastronomía; este resultado conlleva a revalorar el patrimonio cultural inmaterial de los saberes de la cocina tradicional del Cusco.
- Las cocinas tradicionales en su gran mayoría tienen de menos de 5 trabajadores y una minoría cuenta con más de 11 trabajadores, esto explica que sean mayoritariamente emprendimientos familiares.
- Los platos emblemáticos que ofertan las picanterías se caracterizan por mantener la tradición como: seco de cordero, costillar frito, merienda cusqueña, cuy al horno, chiriuchu, chicharrón, rocoto

relleno, caldo de cabeza, caldo de gallina, pastel de papa, Kapchi de zetas, caldo de pollera, lechón, caldo de criadilla y cardan y ají de gallina y muchos platos tradicionales.

- Los platos más solicitados por los comensales, destacan: costillar frito, rocoto relleno, merienda cusqueña, caldo de criadilla y cardan, lechón, cuy al horno, chiriuchu y caldo de gallina.
- Los elementos que utilizan las cocinas tradicionales cusqueña son: las ollas de barro, mortero, perol, horno de leña. Todos los establecimientos encuestados utilizan estos materiales tradicionales, que permite que los platos tengan sabor natural de acuerdo a las tradiciones más antiguas que siguen manteniendo los saberes ancestrales con los cuales le proporcionan un activo importante que muchos comensales valoran.
- Los gestores requieren apoyo para hacer crecer y mejorar su negocio, entre otros declaran que requieren tener acceso a los siguientes rubros: Crédito, Capacitación y Promoción; estas respuestas nos indica la orientación que debería tener la política pública, para responder a las necesidades y anhelos de la cocina familiar tradicional cusqueña.
- La gran mayoría de las cocinas tradicionales participan en las ferias gastronómicas organizados por su respectiva organización, pero algunas picanterías manifiestan que no les conviene participar en las ferias porque no les conviene a su negocio.

- Los encuestados consideran que, para promocionar la cocina tradicional cusqueña, es indispensable implementar las siguientes políticas públicas: La municipalidad debería tener una oficina especializada para promocionar la cocina tradicional cusqueña; promocionar las ferias gastronómicas; valorar la culinaria andina por parte del Estado; programas de capacitación; promoción en los centros de recepción de turistas; ferias gastronómicas al estilo de MISTURA con participación de los productores.
- Los gestores de la cocina tradicional cusqueña consideran que para conquistar a los usuarios nacionales e internacionales que hacen turismo en la ciudad del Cusco; se debería realizar las siguientes actividades: Promocionar la cocina tradicional, mejorar la infraestructura de los establecimientos, ofrecer tours gastronómicos por parte del sector privado, locales apropiados revalorando la estructura tradicional como los patios, mejorar la calidad de los platos tradicionales y mejorar la eficiencia en la atención a los clientes.
- Para elevar la calidad y la excelencia de la cocina tradicional cusqueña, se requiere: capacitación, créditos, apoyo a los emprendimientos familiares como son las picanterías, cursos de capacitación para la atención en la excelencia y el uso de insumos de calidad, salubridad, formar y capacitar en el gestión y manejo de la cocina tradicional.

- Para mejorar la calidad de los platos tradicionales y los servicios que brindan a los clientes; consideran que lo esencial es mejorar la calidad de los insumos que se utilizan para preparar los platos tradicionales.
- Para incrementar la clientela a las picanterías consideran que es necesario mejorar la calidad de los platos con insumos de calidad, mejorar las condiciones de salubridad, promoción por diversos medios respecto a las bondades de la comida tradicional cusqueña, mejorar la calidad en la atención personalizada y propiciar un ambiente agradable.
- Los encuestados mencionan que los turistas extranjeros no frecuentan a los establecimientos de las cocinas tradicionales, en menor medida su presencia es mínima, siendo atendidos por los restaurantes de comida internacional y en menor medida por los establecimientos de platos de fusión; por lo que, existe un espacio para atraer a los visitantes internacionales. Sería conveniente elaborar una estrategia de promocionar las bondades de la cocina tradicional cusqueña como una experiencia única para un visitante.
- Los encuestados consideran, que el gobierno en sus diferentes niveles (nacional, regional y local) no está presente con políticas de promoción y no han entendido la importancia del patrimonio cultural inmaterial que en este caso es representado por las cocinas tradicionales.

- Los encuestados mencionan que para lograr la calidad de los platos tradicionales es indispensable la utilización de insumos de calidad, especialmente los productos emblemáticos de la región como las papas nativas, maíz amiláceo, quinua, cuy, cordero, ajíes, etc.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

1. Los diversos estudiosos de la gastronomía peruana y regional son conscientes que la promoción de la gastronomía nacional y regional es uno de los pilares para reforzar la identidad nacional y regional, esto implica poner en valor nuestros productos típicos, participar activamente en el desarrollo económico, social y cultural de todas las regiones y de esta manera posicionarlo como un destino turístico con inmejorables ventajas comparativas respecto a otros destinos turísticos.
2. En esta orientación que está asumiendo Virgilio Martínez (2030), rescatamos la importancia del patrimonio cultural inmaterial de la cocina tradicional regional cusqueña, que tiene sus propios sabores y saberes, heredados y desarrollados en cientos de años. Solamente de esta manera podemos entender la gran variedad que existe en el maíz, la papa, los demás tubérculos como la oca, el añu (mashua), las lisas (ollucos), las variedades de quinoa, cañihua y kiwicha; los diferentes tipos de ajíes, las calabazas, las hierbas aromáticas para la cocina, las frutas autóctonas, la crianza de animales menores, los camélidos sud americanos, los vacunos y ovinos, etc.
3. En esta orientación del enfoque del patrimonio cultural inmaterial, es particularmente importante tener en cuenta que es el proceso social y no el objeto producido lo que se debe preservar para garantizar la creatividad continuada de una comunidad PROTT (2001). En este

planteamiento central lo más determinante es el sujeto y no el objeto; es el cocimiento de las familias y la comunidad lo que determina, siendo el objeto y bienes en general su complemento. Es decir, para PROTT (2001), se da valor a las prácticas y procesos sociales por encima de los objetos; se rescata la relación de lo material (instrumentos, objetos) e inmaterial (usos, conocimientos, saberes, etc.); se incorpora a la sociedad y los colectivos sociales, se enfatiza en la transmisión generacional y continuidad para salvaguardar la viabilidad del patrimonio inmaterial; que tiene carácter vivo relacionado a la historia y la naturaleza. En este caso se menciona entre otros a la gastronomía y en particular a la cocina tradicional cusqueña como un activo importante.

4. Para entender mejor cómo se relacionan las políticas públicas con el concepto de patrimonio cultural inmaterial en el siglo XX nos remitimos a Villalva Michael y Fernando Inga Carlos (2020), cuando estudia la experiencia de la provincia de Chimborazo (Ecuador), donde constata que el crecimiento del turismo no tuvo impacto en la gastronomía local de origen, sino en la cocina nacional e internacional.
5. Las políticas públicas en la experiencia Mexicana es de singular importancia cuando se trata de concretar las políticas públicas mediante programas donde se articula la gastronomía tradicional como producto turístico con la educación.
6. En el caso del Cusco el patrimonio cultural no debe limitarse a monumentos y colecciones de objetos (restos arqueológicos y

museos), sino que, debería comprender también las cocinas tradicionales que transmiten saberes de generación en generación.

7. El trabajo de investigación en las picanterías de la ciudad del Cusco, nos proporciona una información relevante respecto a la preservación del patrimonio cultural inmaterial, en la medida que el resultado de las encuestas desarrolladas nos muestra que el 75.8% de los gestores del establecimiento han adquirido sus conocimientos por transmisión familiar que significa tradición familiar que se transmite de generación en generación; el 9.1% adquirieron sus conocimientos en el trabajo; esto significa que sólo el 3% ha adquirido dichos conocimientos en una escuela de gastronomía que se cuenta con decenas en la región cusqueña y nacional. Lo interesante de esta respuesta no hace más que corroborar el enfoque del patrimonio cultural inmaterial, entre ellas los saberes locales y regionales que se transmite de generación en generación, que se tiene que revalorar y desarrollar.
8. Las técnicas y los métodos tradicionales dependen de la estacionalidad de los productos con los que se preparan los platos tradicionales. En efecto, de acuerdo a la investigación de campo, se consigna que se sigue preservando los materiales y medios tradicionales, como el horno de leña, batán, mortero, ollas de barro, etc. así como los platos emblemáticos como: seco de cordero, merienda cusqueña, cuy al horno, chiriuchu, chicharrón, rocoto relleno, caldo de cabeza, caldo de gallina, pastel de papa, Kapchi de

zetas, caldo de pollera, lechón, caldo de criadilla y cardan y ají de gallina.

9. El plato emblemático más representativo de la cocina tradicional cusqueña es el chiriuchu, Cánepa, Hernández, Isla y Zuleta (2011), considera que el chiriuchu es una combinación de diferentes platos que se sirven en conjunto durante la celebración del Corpus Christi.
10. El patrimonio cultural inmaterial según Guardia Sara Beatriz (2020), no es algo acabado o perfeccionado en el tiempo, esto significa y en consecuencia se debe tener en cuenta cuando se propone hacer más competitivo y de calidad a la cocina tradicional cusqueña. La investigación de campo nos proporciona una información donde los que gestionan las picanterías sostienen que es fundamental realizar un conjunto de acciones como la capacitación, mejorar la calidad de los platos tradicionales, mejorar el uso de insumos de calidad, mejorar la salubridad, etc.
11. Un aspecto esencial que es necesario a tener en cuenta en el diseño de las políticas públicas es saber que la excelencia culinaria en sí misma no es patrimonio cultural inmaterial, como menciona Guardia Sara Beatriz (2020). Esta percepción empírica, prevalece en algunas administraciones vinculadas a la gestión cultural. Este planteamiento de Guardia (2020), se corrobora con el trabajo de campo realizado a una muestra representativa de las picanterías del Cusco, donde se demuestra que el principal activo son los conocimientos, los saberes que se transmite de generación en generación especialmente a través de las mujeres.

12. El concepto de patrimonio cultural inmaterial es importante para el diseño de las políticas públicas que se centren en revalorizar y poner en valor los saberes, las técnicas, las representaciones culturales y los elementos festivos y espirituales que expresan prácticas inmateriales de las culturas de los pueblos. De acuerdo al trabajo de campo realizado en las picanterías de la ciudad del Cusco, se ha constatado que no existe políticas públicas dirigidas a las cocinas familiares de la gastronomía tradicional cusqueña, por lo que, es de suma importancia elaborar para que el Estado peruano en los diferentes niveles de gobierno y la empresa privada asuman que el patrimonio cultural inmaterial que es depositario estas cocinas tradicionales sean apoyadas, preservando estos saberes, conocimientos y técnicas ancestrales, como una forma de competir con las mejores cocinas internacionales, atrayendo de esta manera al turista nacional y extranjero.
13. Por otro lado, es conveniente como parte de las políticas públicas, mantener y desarrollar los productos originarios como las papas nativas, maíces en toda su variedad, ajíes, quinua, kiwicha, lisas, ocas, hierbas aromáticas, cuy, porcinos, corderos, gallinas, etc.
14. En torno a la comida tradicional cusqueña Calvo Calvo Rossana (2014), advierte una gran revitalización renovada en la ciudad; nuevos festivales gastronómicos contemporáneos vienen inventándose en la dinámica de los barrios tradicionales, en los distritos de la ciudad, y en algunos poblados, buscando posicionarse con esta nueva especialización. En algunos casos, comprendiendo a

estos establecimientos en su colectivismo, los nuevos festivales gastronómicos del Chiri Uchu han sido relanzados en el marco de valoración de los barrios tradicionales. Algunos nuevos festivales no han tenido continuidad, como fue el “Ajha Raymi” en Santiago. De acuerdo a los estudios desarrollados, la cocina tradicional cusqueña ha retrocedido, respecto a décadas pasadas y no ha tenido el crecimiento de acuerdo al incremento del flujo turístico y para ello, es indispensable que las políticas públicas se establezcan tal como reclaman los gestores de los establecimientos de la gastronomía tradicional, promoviendo, creando escuelas que parta desde el reconocimiento de la culinaria ancestral y los saberes que se transmiten de generación en generación.

15. En esta orientación, el trabajo de campo realizado a las picanterías de la ciudad del Cusco, nos proporciona valiosa información, donde la mayoría de las picanterías no reciben la visita de los turistas nacionales y extranjeros, siendo su principal clientela la población local; por lo que, es imperativo establecer políticas públicas para lograr que estas cocinas tradicionales puedan tener una importancia cada vez mayor en base a la promoción, capacitación y el acceso a los créditos para mejorar la infraestructura y el equipamiento para lograr en base a los saberes de los gestores y trabajadores un mejor servicio a nuevos comensales que mejoraría no solamente la situación de estos establecimientos, sino sobre todo, toda la cadena de valor de la gastronomía tradicional que utiliza principalmente insumos locales y de la región.

5.2. Recomendaciones

1. La gran mayoría de los establecimientos de la gastronomía tradicional cusqueña, se podría caracterizar como emprendimientos familiares, por ello, en la medida que las políticas públicas están ausentes para promover a este sector, uno de los reclamos que manifiestan es que requieren créditos con tasas de interés preferenciales para mejorar su infraestructura y otras inversiones necesarias para atraer a los turistas nacionales y extranjeros a consumir en estos establecimientos. Así mismo, la investigación de campo, ha permitido conocer la demanda por capacitación de entidades de acuerdo al desarrollo de los saberes tradicionales y la promoción de esta cocina en todos los frentes, posicionando a estos establecimientos en el interés del turista nacional y extranjero.
2. Los saberes y conocimientos adquiridos por transmisión generacional, que se constituye en un patrimonio cultural inmaterial, requieren ser potenciado con la creación de una escuela de formación en la cocina tradicional cusqueña, tanto en gestión como en la mejora de los platos tradicionales. De esta manera, las políticas públicas tienen que promover la formación y la investigación en la universidad dirigidos especialmente a los jóvenes del sector económico C, D, y E.
3. En las últimas décadas la cocina tradicional cusqueña, ha perdido terreno, frente a la gastronomía convencional, a pesar que el turismo se ha incrementado. Sin embargo, de acuerdo a las experiencias desarrolladas en Ecuador, México y otros países, se está

promocionando las cocinas tradicionales regionales, como una forma de satisfacer la demanda de los turistas extranjeros y nacionales. Teniendo en cuenta esta nueva tendencia, se requiere elaborar políticas públicas dirigidas a promover la cocina tradicional cusqueña como una forma de generar desarrollo inclusivo.

4. Elaborar una política pública que tome en cuenta la cadena productiva de la gastronomía tradicional cusqueña, incentivando la producción agrícola, pecuaria autóctona, explotando la mega diversidad de la región del Cusco; resolviendo los cuellos de botella, como es la trazabilidad de los productos y la conservación en óptimas condiciones de estos productos.
5. Las políticas públicas del gobierno regional, debería considerar la realización de ferias gastronómicas que incluya la cocina y los productos que son utilizados, que sería una versión cusqueña de la experiencia de MISTURA, con la participación protagónica de las organizaciones de las picanterías y de los productores agrícolas y pecuarios.
6. Los gestores de las cocinas tradicionales cusqueñas (picanterías), mencionan que la municipalidad provincial del Cusco, pueda crear una oficina especializada para promover la gastronomía tradicional, mediante políticas públicas locales, que incentive a los turistas nacionales e internacionales consumir los platos emblemáticos de la cocina tradicional cusqueña.

7. En la medida que los gestores de las picanterías cusqueñas manifiestan que necesitan capacitación para mejorar la excelencia de la cocina tradicional, las políticas públicas de las municipalidades distritales y provincial, deberían considerar la capacitación invitando a estudiosos y cocineros tanto nacionales como internacionales para atender esta necesidad de lograr la excelencia a todo nivel y por tanto lograr una competitividad a nivel internacional.
8. Los gestores de las cocinas tradicionales de la región, consideran que la capacitación debe considerar los siguientes elementos: a) Capacitar en la mejora de la cocina tradicional manteniendo la originalidad, b) Cursos de capacitación para la atención en la excelencia a los clientes, c) Capacitar en el uso de los insumos regionales de primera calidad.

VI. BIBLIOGRAFIA

- Acurio Gastón y Masías Javier (2016): BITUTE, el sabor de Lima, Lima. Perú
- Arellano Marketing (2009): El aporte económico y social de la gastronomía en el Perú, APEGA-OXFAM INTERNACIONAL, Lima-Perú.
- Beltrán Pacheco Katherine, Navarro Alvarado Arturo y Céspedes Blanco Carlos (2009): Planeamiento estratégico para desarrollar la gastronomía peruana saludable a nivel Nacional, Tesis para obtener el grado de magister en CENTRUM-PUCP, Lima - Perú.
- Benítez Silva G. Veridiana (2017): “Turismo gastronómico, los alimentos tradicionales como producto cultural: el caso de Aculco de Espinoza, México”, Tesis de Maestría, de la Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, Estado de México.
- Berrocal Berrocal Francisca y Pereda Marín Santiago (2001): Formación y gestión del conocimiento, revista complutense de educación, Madrid-España.
- Bianchi Raoul V. (2006): Patrimonio inmaterial y urbanismo cosmopolita en el mediterráneo, España
- BIOANDES (2011): Gastronomía y biodiversidad andina: En las comunidades de Pitumarca y el valle de Vilcanota-Cusco-Perú
- Brugman Fernando (2006): La convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial,

Calvo Calvo Rosanna (2014): Comida tradicional cusqueña: Reseña bibliográfica y etnográfica, revista El Antoniano N° 127, UNSAAC-Cusco-Perú.

Canepa Koch Gisela, Hernández Macedo Miguel, Biffi Isla Valeria y Zuleta García Mario (2011): La culinaria peruana como patrimonio cultural inmaterial publicado por el Ministerio de Cultura-Lima-Perú.

Canepa Koch y otros (2011): Cocina e identidad: La culinaria peruana como patrimonio cultural inmaterial, Ministerio de Cultura, Lima-Perú.

Carrera Díaz Gema (2006): La evolución del patrimonio intercultural: Políticas culturales para la diversidad, Instituto Andaluz del patrimonio histórico, España

Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina (CRESPIAL), 2008: Estado del Arte del patrimonio cultural inmaterial, Cusco-Perú.

CEPLAN (2012): Gastronomía Peruana al 2021: Lineamientos para un programa de desarrollo de la gastronomía peruana en el marco del bicentenario, Lima-Perú

Claudia Pamela Chacón Lovatón (2018): “Las picanterías y chicherías tradicionales de la provincia de Cusco” Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco – Coordinación de Patrimonio Inmaterial. Cusco, 2018.

CRESPIAL¹ (2008): Estado del arte del patrimonio cultural inmaterial, Cusco-Perú

¹ CRESPIAL (Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina)

- Delgado Zegarra Jaime, 2018: Alimentación, Cocina y Biodiversidad: El origen del boom gastronómico del Perú, La revista, boletín N° 79, Lima-Perú.
- Díaz Mendoza Liliana, 2010: Cultura y gastronomía: Apuesta para el desarrollo económico de Cartagena, Universidad tecnológica de Bolívar, Cartagena-Colombia
- Dietz Gundher (2006): Del multiculturalismo a la interculturalidad: Evolución y perspectivas, Universidad de Granada y universidad Veracruzana.
- Espinoza Huamán Priscilla y Rodríguez López Daniel Félix (2018): La industria gastronómica en Cerro de Pasco sus factores que lo determinan y su influencia en el empleo al año 2017, Tesis de la facultad de economía de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco. Perú.
- Gobierno Federal de México (2016): Política de Fomento a la Gastronomía Nacional Mexicana 2014-2018. México
- Guardia Sara Beatriz (2020): Gastronomía peruana patrimonio cultural de la humanidad, Universidad de San Martín de Porres, Lima-Perú
- Hernández Heredia César (2012): Formación profesional de la gastronomía en instituciones públicas en México,
- Hernández Ramírez Javier (2018): Cuando la alimentación se convierte en gastronomía, procesos de activación patrimonial de tradiciones alimentarias; universidad de Sevilla-España.
- Horna Mendoza Carlos Alejandro y otros (2015): Plan Estratégico de la Gastronomía, Tesis de maestría, CENTRUM-PUCP, Lima-Perú.

- Meléndez Torres Juana María y Cañez de la Fuente Gloria María (2009): La cocina tradicional regional como un elemento de identidad y desarrollo local. El caso de San Pedro El Saucito, Sonora, México.
- Olivera Ana (2011): Patrimonio inmaterial, recurso turístico y espíritu de los territorios, Universidad Autónoma de Madrid-España.
- Proyecto Andino de Tecnologías Campesinas (PRATEC) (2000): Comida y Biodiversidad en el mundo andino, Lima. Perú.
- Quintero Morón Victoria (2006): El patrimonio intangible como instrumento para la diversidad intercultural ¿Una alternativa posible? Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, España.
- Reyes Uribe Ana Cecilia, Guerra Avalos Eva Angélica y Quintero Villa José Manuel (2016): Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo,
- Sichra Erick (2017): El boom de la gastronomía peruana como herramienta de inclusión social: El caso del instituto de cocina de Pachacútec, Lima-Perú, Wien, 2017 / Vienna 2017.
- Slow Food Perú (2017): El Arca del Gusto en Perú: Productos, saberes e historias del patrimonio gastronómico, Lima- Perú
- Tello Mario (2019): El sector gastronómico en el Perú: Encadenamientos y su potencial crecimiento económico, Lima. Perú.
- UNESCO (2020): Textos Fundamentales: De la Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de 2003, París-Francia.

UNESCO (2021): Textos fundamentales de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de 2003.

Valderrama Mariano (2009): El boom de la cocina peruana, Lima-Perú

Villalva Michael e Inga Carlos Fernando (2020): Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo-Ecuador.

I. ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA: "POLITICAS PUBLICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA COCINA TRADICIONAL CUSQUEÑA EN EL TURISMO GASTRONOMICO: CASO PROVINCIA DEL CUSCO 2010-2023"				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable dependiente	
¿A qué se debe la baja competitividad de la gastronomía tradicional cusqueña, que se caracteriza por la deficiente y limitada infraestructura y equipamiento, ausencia de políticas públicas que mejore provea capacidades y conocimientos?	Promover y desarrollar la gastronomía tradicional cusqueña como prioridad regional dentro de las políticas públicas del Estado para generar planes, programas y proyectos de manera intersectorial y multidisciplinar encaminado a fortalecer la competitividad de la cocina tradicional, en beneficio de la sociedad cusqueña en el mediano y largo plazo.	La ausencia de políticas públicas sostenibles que promuevan la cocina tradicional de la gastronomía cusqueña, no permite el desarrollo competitivo de esta actividad.	Variable dependiente: Competitividad cocina tradicional=CCT	Calidad Especialidad (platos típicos, fusión) Tipo de material de cocina (tradicional, convencional) Trabajadores (N°)
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variables Independientes	

¿Por qué la limitada infraestructura y equipamiento que afecta a la gran mayoría de las pequeñas empresas de la cocina tradicional cusqueña, se traduce en baja productividad, baja calidad y baja competitividad?	1. Promover el desarrollo de la actividad gastronómica tradicional con identidad regional y competitiva, superando la informalidad, la baja calidad y baja productividad.	La limitada infraestructura y equipamiento que afecta a la gran mayoría de las pequeñas empresas de la cocina tradicional cusqueña, se debería al limitado acceso al financiamiento y demanda limitada.	Nivel de formación del gestor	Escala de estudios, primaria, secundaria, superior
2. ¿A qué se debe el limitado desarrollo del patrimonio cultural gastronómico cusqueño, basado en la diversidad cultural, social y étnica?	2. Preservar y desarrollar la integridad del patrimonio cultural gastronómico tradicional cusqueño, basado en la diversidad cultural, social y étnica.	2. La pérdida de la integridad del patrimonio cultural gastronómico tradicional, se debería a la ausencia de cuadros importantes (profesionales y técnicos) para el adecuado gerenciamiento de los restaurantes tradicionales (picanterías) del Cusco.	Formación en desarrollo de patrimonio cultural inmaterial	% de gestores con formación
	3. Contribuir a que las políticas públicas estén dirigidas a la formación gastronómica, teniendo en cuenta los saberes que se transmiten de generación en generación para hacer más competitiva a la cocina tradicional cusqueña.	3. La ausencia de las políticas públicas en el campo de la gastronomía regional explicaría que no existan escuelas de formación dirigidas al fortalecimiento de las cocinas tradicionales.	Políticas públicas	Financiamiento, ferias gastronómicas, capacitación, publicidad

Anexo 2: Instrumentos de recolección de información

La información se ha recolectado mediante en primer lugar el diseño de una encuesta dirigido a las cocinas tradicionales de la ciudad del Cusco; luego se ha procedido a realizar una encuesta a una muestra representativa.

El nivel de confianza corresponde a una puntuación Z.

90% - Puntuación Z = 1,645

95% - Puntuación Z = 1.96

99% - Puntuación Z = 2.576

De acuerdo al universo total de 95 picanterías tradicionales la muestra representativa con un grado de confianza de 95% sería:

n= muestra representativa

n= 33 cocinas

Anexo 3: Medios de verificación

Los medios de verificación es la realización de un pretest para ajustar la encuesta definitiva a las cocinas tradicionales, luego la implementación de las encuestas a una muestra representativa con un 99% de grado de confianza.

Anexo 4. Otros

RELACION DE PICANTERIAS

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CUSCO PICANTERIAS CON AUTORIZACION AL AÑO 2023

Nombre Via	N°	Ruc	Uso	Indice Uso	Giro Comercial
URB.TAWANTIN SUYO JR. PUMACAHUA	211	1025304 5791	SERVICIOS EN GENERAL	0129	PICANTERIA
JR. LIBERTADORES	130 SANTA ANA	1023827 9823	COMERCIO	0127	PICANTERIA TRADICIONAL CHUCCHA
JR. ATAHUALLPA - TAHUANTINSUY O	433	1046211 6387	COMERCIO	0127	PICANTERIA TRADICIONAL
CALLE QUESHUA	271	1008938 7898	COMERCIO	0536	PICANTERIA *4 ESQUINAS*
CALLE CHIHUAMPATA	635 - C	1023852 3147	COMERCIO	0127	PICANTERIA " EL SECRETO SANBLEÑO "
CALLE BAYONETA	812-B	1023813 0048	COMERCIO	0536	PICANTERIA *TODOS VUELVEN*
C. VITOQUE N°	675	1046237 6958	COMERCIO	0536	PICANTERIA *LA MORENITA*...
C. QUESHUA N°	271	1008938 7898	COMERCIO	0127	PICANTERIA *CUATRO ESQUINAS*....
C. GENERAL	614	1023948	COMERCIO	0127	PICANTERIA*LA

BUENDIA N°		8884			CHINITA*...
C. FIERRO N°	430	1023800 7165	COMERCIO	0127	PICANTERIA TRADICIONAL*.. .
C. CONQUISTA	D-2	1023800 6576	COMERCIO	0127	RESTAURANT PICANTERIA*...
C. BAYONETA	812-B	1023813 0048	COMERCIO	0127	PICANTERIA *TODOS VUELVEN*...
C. BAYONETA	744	1023915 6172	COMERCIO	0127	RESTAURANT PICANTERIA*EL GALLO*...
C. AYACUCHO	K-20 INDE	1023911 4399	COMERCIO	0127	PICANTERIA*...
BAYONETA	280	1040423 7026	COMERCIO	0127	PICANTERIA"EL CANCHON"...
AV. BAJA	361	1023849 5526	COMERCIO	0536	PICANTERIA TRADICIONAL" MA TULA"....
AV. BAJA	359 INT.	1023843 3628	COMERCIO	0127	PICANTERIA TRADICIONAL*.. .
AV. BAJA	429	1070578 0485	COMERCIO	0127	PICANTERIA TRADIC. *SABOR CUSQUEÑO*...
AV. BAJA	378	1009839 8339	COMERCIO	0127	RESTAURANT PICANTERIA*Q' ORI URPI*...
AV. ALTA	506	1023832	COMERCIO	0127	PICANTERIA

		5191			RESTAURANT* WALY
AV. ALTA	474	1023838 6395	COMERCIO	0536	PICANTERIA KUKULI
Nombre Via	Numero	Ruc	Uso	Indice Uso	Giro Comercial
URB. TAWANTINSUYO JR. PUMACAHUA	211	1025304 5791	SERVICIOS EN GENERAL	0129	PICANTERIA
JR. LIBERTADORES	130 SANTA	1023827 9823	COMERCIO	0127	PICANTERIA TRADICIONAL CHUCCHA
JR. ATAHUALLPA - TAHUANTINSUY O	433	1046211 6387	COMERCIO	0127	PICANTERIA TRADICIONAL
CALLE QUESHUA	271	1008938 7898	COMERCIO	0536	PICANTERIA 4 ESQUINAS
CALLE CHIHUAMPATA	635 - C	1023852 3147	COMERCIO	0127	PICANTERIA EL SECRETO SANBLEÑO
CALLE BAYONETA	812-B	1023813 0048	COMERCIO	0536	PICANTERIA TODOS VUELVEN
C. VITOQUE	675	1046237 6958	COMERCIO	0536	PICANTERIA LA MORENITA
C. GENERAL BUENDIA	614	1023948 8884	COMERCIO	0127	PICANTERIA LA CHINITA
C. FIERRO	430	1023800 7165	COMERCIO	0127	PICANTERIA TRADICIONAL
C. CONQUISTA	D-2	1023800	COMERCIO	0127	RESTAURANT

		6576			PICANTERIA
C. BAYONETA	744	1023915 6172	COMERCIO	0127	RESTAURANT PICANTERIA*EL GALLO*
C. AYACUCHO	K-20 INDE	1023911 4399	COMERCIO	0127	PICANTERIA
BAYONETA	280	1040423 7026	COMERCIO	0127	PICANTERIA EL CANCHON
AV. BAJA	361	1023849 5526	COMERCIO	0536	PICANTERIA TRADICIONAL MA TULA
AV. BAJA	359 INT.	1023843 3628	COMERCIO	0127	PICANTERIA TRADICIONAL
AV. BAJA	429	1070578 0485	COMERCIO	0127	PICANTERIA TRADICIONAL SABOR CUSQUEÑO
AV. BAJA	378	1009839 8339	COMERCIO	0127	RESTAURANT PICANTERIA Q'ORI URPI
AV. ALTA	506	1023832 5191	COMERCIO	0127	PICANTERIA RESTAURANT WALY
AV. ALTA	474	1023838 6395	COMERCIO	0536	PICANTERIA KUKULI
AV. ALTA	568-A	1045118 0156	COMERCIO	0127	PICANTERIA TRADICIONAL LOS Q'EROS
AV. ALTA N°	411	1023812 1260	COMERCIO	0127	RESTAURANT PICANTERIA LAS JUANAS
APV. SANTA	A-1	1023846	COMERCIO	0127	PICANTERIA

ANITA		5155			TERESITA
APV. SANTA ANITA	A-2	1023929	COMERCIO	0127	RESTAURANT
		7922			PICANTERIA YOLITA
APV. EL BOSQUE	D-4	1023936	COMERCIO	0127	PICANTERIA LA
	INDEP	0098			CHINITA
AHUACPINTA	719	1023996	COMERCIO	0129	PICANTERIA
		2551			

Fuente: Informacion de la Sub Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial del Cusco. 2023.



Mapa de Picanterías y Chicherías, elaborado por la Dirección Desconcentrada de Cultura Cusco - DDC

https://www.youtube.com/watch?v=LT_Ucjl05TA, Municipalidad Provincial del Cusco y Asociación de Picanterías del Cusco, convocando a diversas actividades conjuntas de promoción

**ANEXO 5.
GALERIA DE FOTOS**

Picanteria “La GATA”



Picanteria “LA VILMA”



Propietaria sirviendo chicha.

PICANTERIA LA CHUQCHA



Propietaria de la CHUQCHA, en la entrada de su establecimiento tradicional.





Pizarra donde se brinda la oferta gastronómica

¡COWE LAWA y CHIRIUCHU! (Anuncio de la Picanteria La Chuqcha)

Estimada clientela, es grato informarles que por el Corpus de nuestra abuelita Santa Ana, prepararemos el riquísimo "QOWE LAWA" y "CHIRIUCHU CUSQUEÑO". Los esperamos los días viernes 26 y sábado 27 de Julio a partir de las 10:00 a.m.

No se queden sin sus platos y realicen sus reservas con anticipación llamando al 084-595245 o por whatsapp al 956290808.

(anuncio de la Picanteria Chuqcha, con ocasión del CORPUS CRISTIE y Fiestas Patrias)



Picanteria el Muro.



Picantería la Cusqueñita



Instalaciones modernas y amplias. Muestran fotografías de la biodiversidad y arquitectura tradicional cusqueña.

Picantería los 4 Suyos



Picanteria Tradicional “LA ESQUINA”



Picanteria SUMAQ SONCCO (Ex IGNORANTE)



Se observa la presencia de objetos tradicionales en la decoracion. Elabora la chicha en fogon a leña.

Picanteria La CHOMBA



Amplias instalaciones, ubicada en el casco historico de Cusco.



Muro Inca que resalta su valor patrimonial.



Con la Presidenta de la Asociación de Picanterías del Cusco Sra. Rosmery Velásquez.
Propietaria de la Picantería *LA CHOMBA*.

Picanteria La CUSQUEÑISIMA (Nuevo modelo de Picanteria)



Chef y Gerente Administrativa (Propietarios)



Instalaciones modernas, que cumplen el rigor de salubridad



Presentacion de platos y menajería tradicional.



Selección de semillas y productos como charqui y vasijas tradicionales



Una característica de esta picantería es ofertar la gastronomía asociada a la diversidad biológica, su conservación y el uso de vajilla tradicional

VIDEOS

- <https://www.youtube.com/watch?v=qxmRbwlnzFk> 7
PICANTERIAS MAS CONOCIDAS EN EL CUSCCO
- <https://www.youtube.com/watch?v=XieRLHVCtdc>, RUTA
PICANTERA PARTE 1
- https://www.youtube.com/watch?v=vRo_aOVbJDQ, Reporte
Reporte sobre la Cusquenissima
- <https://www.youtube.com/watch?v=yRSm53-t3wU>,
Picanterias del Cuso (INC)
- <https://www.youtube.com/watch?v=by1sK-RyTIs>, MPC Ajha
Wasi, asociacion de Picanterias del Cusco. Encuentro de
Picanterías Tradicionales del Cusco: Ajha Wasi 2023
- <https://www.youtube.com/watch?v=PexFqjdZsSo>, Las
picanterias cusqueñas y sus sabores imperiales. 15 min

Formato de encuesta aplicada.

ENCUESTA A LAS COCINAS TRADICIONALES (PICANTERÍAS) DE LA CIUDAD DEL CUSCO

La presente encuesta está dirigida a los propietarios y conductores de la cocina tradicional Cusqueña, para determinar la incidencia de la gastronomía típica y tradicional en las **“POLITICAS PUBLICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA COCINA REGIONAL CUSQUEÑA EN EL TURISMO GASTRONOMICO de la PROVINCIA DEL CUSCO, en el periodo 2010-2023”**

Datos Personales (nombre del establecimiento)

.....

Sexo

Masculino

☐

Femenino

☐

Lugar de Origen

Nacional

☐

Extranjero

☐

Lugar de Procedencia: Distrito.....

Provincia Region.....

1. El negocio es conducido por

() Hombre

() Mujer

2. Tipo de negocio

() Familiar

() Empresarial

3. Nivel de estudio del gestor del negocio

() Sin estudio

() Con primaria

() Con secundaria

() Con superior incompleta

() Con superior completa

4. ¿Cómo ha adquirido sus conocimientos de cocina?

() Por tradición familiar

() Por estudios en cocina

() Por experiencia de trabajo

() Otro, especificar

5. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su negocio?

() De 1 a 2 trabajadores

() De 3 a 5 trabajadores

() De 6 a 10 trabajadores

() De 11 a más trabajadores

6. ¿Cuál es tu especialidad en tu picantería?

Enumerar un plato o los platos más importantes:

a.

b.

c.

7. ¿Qué plato es más solicitado por tus clientes?

.....

8. ¿De que manera has aprendido a preparar los platos tradicionales?

() Por tradición familiar

() Por experiencia de trabajo en otras picanterías

() Por estudios

() Otros, especificar

9. ¿Qué tipo de materiales y equipos tradicionales utilizas para la cocina?

- () Cocina a leña
- () Batán
- () Ollas de barro
- () Mortero
- () Otros, especificar

10. ¿Qué necesitas para hacer crecer tu negocio?

- () Crédito
- () Capacitación
- () Promoción
- () Otros, especificar

11. ¿Participas en ferias gastronómicas?

- () Si
- () No

12. ¿Quiénes organizan las ferias gastronómicas?

- () La municipalidad
- () Las picanterías
- () Otros

13. ¿Qué actividades se debería realizar para promocionar las picanterías?

.....

.....

14. ¿Qué se debería hacer para que los turistas nacionales y extranjeros consuman en las picanterías?

.....

.....

15. ¿Es posible mejorar la calidad de los platos de las picanterías?

() Si

() No

16. Si la respuesta es sí, ¿qué es lo que se debería hacer?

.....

.....

17. Si la respuesta es no, ¿por qué no se puede mejorar?

.....

.....

18. ¿Qué es lo que tiene que hacer el Estado para mejorar la calidad y la excelencia de los servicios para hacer y tener una picantería de primer nivel?

.....

.....

19. ¿Cuál es el principal problema que enfrenta su picantería para mejorar la calidad de los platos tradicionales y los servicios que se brinda a los clientes?

() La calidad de los productos que necesita la picantería

() Mayor conocimiento en la preparación de los platos

() Mejorar la calidad de los utensilios, la cocina, las mesas, sillas, equipamiento como hornos, morteros, etc.

() Contar con un buen sistema de frío para guardar los productos y los platos elaborados

20. ¿ Donde adquiere los productos para la preparación de los platos de las picanterías

() en el mercado

() a los productores

() a los comerciantes mayoristas

21. ¿Qué opina usted de la calidad de los productos que utilizan en la cocina?

- () son de buena calidad
- () son de regular calidad
- () son de baja calidad

22. ¿Qué es lo más importante para tener mayor clientela en el negocio?

.....

.....

23. ¿Con qué frecuencia vienen los turistas extranjeros para degustar los platos de la picantería?

- () Frecuente
- () De vez en cuando
- () Nunca

24. ¿Qué es lo que se tiene que hacer para ganar a los clientes del extranjero que visitan el Cusco?

- () Mejorar la calidad de los platos
- () Tener precios más bajos
- () Promocionar a las picanterías en el extranjero y en la ciudad del Cusco

25. ¿Cuál es el principal problema que enfrentan para tener papa, habas, verduras y carnes de calidad?

- () Los mercados no cuentan con un adecuado sistema de frío para la conservación
- () Los productos son de baja calidad
- () Los precios de los productos son elevados

26. Que insumos nativos utilizas, detalla los mas relevantes

.....

.....

27. Los insumos nativos que utilizas donde los adquieres ?

- () en el mercado
- () a los productores

() a los comerciantes mayoristas

28. Crees que los insumos nativos que utilizas mejora la calidad de la comida ?

Si () No ()

29. Ha recibido visita de los funcionarios del Gobierno Central, para mejorar la gastronomía tradicional de las picanterías de la provincia del Cusco?

.....

.....

30. Necesita apoyo del Gobierno Central, del Gobierno regional y de la Municipalidad Provincial del Cusco; para hacer competitivo su establecimiento de comida tradicional. De ser afirmativo especifique.

.....

.....

.....

31. Requiere algún apoyo de la Universidad o de otras Instituciones??

Muchas gracias!!

Formato de entrevista aplicada.

ENTREVISTA A LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS RESPECTO A LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y PROMOCIÓN DIRIGIDAS A LAS COCINAS TRADICIONALES (PICANTERÍAS) DE LA CIUDAD DEL CUSCO

La presente entrevista está dirigida a las instituciones públicas y privadas respecto a la implementación de políticas públicas y de promoción dirigida a la cocina tradicional cusqueña, para determinar qué tipos de políticas públicas y de promoción se desarrolla para poner en valor la gastronomía típica y tradicional para lograr **LA COMPETITIVIDAD DE LA COCINA TRADICIONAL CUSQUEÑA EN EL TURISMO GASTRONÓMICO** de la **PROVINCIA DEL CUSCO**.

1. Institución:
2. ¿Qué opinión sobre las cocinas tradicionales de la ciudad del Cusco?
3. ¿A qué se debe que la cocina tradicional de la ciudad del Cusco, no ha tenido un desarrollo para que el turismo nacional e internacional considere como parte de su itinerario?
4. ¿Qué medidas se debería tomar para que las cocinas tradicionales sean atractivas para el turismo nacional e internacional?
5. ¿A qué se debe que solamente se ha promovido el patrimonio cultural material (Machupicchu) y no se ha promovido el patrimonio cultural inmaterial (entre otras las cocinas tradicionales de la región cusqueña)?
6. ¿A qué se debe que no se promueva y desarrolle el patrimonio cultural inmaterial, entre ellas se encuentra la cocina tradicional o típica cusqueña, que podría convertirse en un destino de turismo gastronómico?
7. ¿Qué tipo de políticas implementa su institución para desarrollar la competitividad de la cocina tradicional cusqueña?

☐ Crédito
☐ Capacitación
☐ Promoción
☐ Otros, especificar
8. ¿Su institución promueve y participa en las ferias gastronómicas?

☐ Si
☐ No

9. ¿Qué entidad debería de organizar las ferias gastronómicas?
- () El Gobierno Regional
 - () La Municipalidad
 - () Asociación de Picanterías
 - () Otras entidades
10. ¿Qué opina de una escuela gastronómica que desarrolle y potencie la cocina tradicional cusqueña para lograr competitividad respecto a la cocina internacional y de fusión?
11. ¿Qué tipo de políticas se debería implementar en toda la cadena de valor de la cocina tradicional cusqueña, empezando desde los insumos, su tratamiento, su almacenamiento en condiciones adecuadas y el uso óptimo en la cocina?
12. Las cocinas tradicionales al ser un reflejo de nuestra historia social, familiar e individual pueden considerarse un elemento de desarrollo local?
13. Las rutas gastronómicas evidencian un gran potencial en materia de turismo gastronómico; tanto en calidad de productos como materias primas. ¿Qué opina sobre las POLÍTICAS SECTORIALES encaminadas a establecer rutas gastronómicas planificadas incorporando lineamientos de política para acercar la oferta con la demanda en la comida tradicional cusqueña??
14. Según los expertos, la gastronomía peruana cada vez se encuentra mejor posicionada. Y en su desarrollo ha logrado:
- Transmitir la tradición en la preparación
 - Innovación en sus procesos
 - Reconocimiento a nivel internacional
 - Oportunidades para el desarrollo de turismo gastronómico
 - Exportación de productos oriundos de nuestro país. ¿Cómo se debería articular este posicionamiento para que la cocina tradicional de la provincia del Cusco sea competitiva??
15. Se puede definir a las políticas públicas como las actividades por parte de las instituciones del estado para encontrar alternativas de solución ante un problema público; siendo estables en el tiempo, adaptables a las circunstancias, coherentes y coordinadas, orientado al interés de la comunidad y eficiencia en el manejo de los recursos escasos. Con esta premisa considera Ud. que es pertinente promover políticas públicas para proteger, resguardar y potenciar la Cocina Tradicional Cusqueña??

16. Las políticas públicas , consideran lineamientos como: la planeación, generación de competencias y capacidades; y la promoción que están orientadas a convertir a una región o espacio geografico determinado en un destino competitivo. Considera que deberian implementarse politicas publicas para lograr que la gastronomia (cocina) tradicional de la provincia del Cusco, sea competitiva??
17. La Gastronomía Peruana, necesita de políticas públicas para su consolidación y sostenibilidad; por tanto, considera necesario contar con una política de estado para el desarrollo de la Cocina Tradicional de la Provincia del Cusco, que tenga por finalidad alcanzar su consolidación, posicionamiento y liderazgo a nivel nacional ??
18. Según expertos peruanos y españoles, *“la gastronomía peruana destaca por los siguientes aspectos • Fusión: Resultado de la mezcla de diferentes culturas, aporta variedad tanto en productos como en técnicas. • Diversidad de climas: como ventaja competitiva al poder contar con gran variedad de productos”* (PROMPERU:2016). El 82% de los vacacionistas considera que el Perú es un destino gastronómico y valora la gastronomía y/o comida tradicional del Perú. Considera que estos aspectos positivos y oportunidades promueven a mejorar la cocina tradicional de las Picanterías de la provincia del Cusco??
19. La cocina peruana es considerada como patrimonio inmaterial, teniendo en consideración que su *“manifestación cultural está arraigada en una tradición ancestral, posee un rol primordial en la afirmación de identidades culturales diversas en la comunidad nacional”*. Por tanto, como se vincula la cocina tradicional cusqueña al Patrimonio Inmaterial.
20. ¿Qué opina respecto a las declaraciones de Virgilio Martínez del futuro de la cocina en base a insumos autóctonos para desarrollar la cocina tradicional regional y nacional?

Muchas gracias!!!