



# Perú: “Apuesta por la Gastronomía como Producto Turístico”

Lic. Mara Seminario

Viceministra de Turismo

Bogotá, 16 de Marzo de 2011



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio de  
Turismo



**... A modo de introducción**





# ¿Que es la Gastronomía Peruana?

- » Regiones Naturales
- » Migraciones Española, Árabe, Judía, Africanas, Italiana, China y Japonesas
- » La cocina Nikkei, La cocina Chifa
- » EL plato nacional



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio de  
Turismo



# Desarrollo de la Gastronomía



# Definición de Turismo Gastronómico

El Turismo Gastronómico es parte del Turismo Cultural.

**El turismo cultural** se define como “los movimientos de las personas destinados a **satisfacer la necesidad de conocer cosas nuevas**, orientados a **elegir el nivel cultural** del individuo y **facilitar nuevas experiencias y encuentros**”.

**El turismo gastronómico** permite conocer una cultura a través de sus expresiones gastronómicas. La **gastronomía** se entiende entonces como una **manifestación cultural**.



# Gastronomía: nuestra propuesta

Que el Perú sea además conocido por ser “Destino Gastronómico”.

Movilizado PARAISO GASTRONOMICO

Poder experimentar comer en un resto arqueológico y estar cenando comida gourmet, comer frente al mar, comer en un crucero por el Amazonas, o comer disfrutando de una de las nuevas maravillas del mundo .

Vivir una experiencia única.El poder experimentar nuevos sabores, texturas, insumos desconocidos

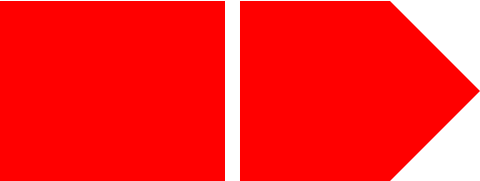


## Objetivos Generales

- Dar a conocer internacionalmente las bondades de la cocina peruana como un atractivo turístico del Perú.
- Desarrollar las rutas gastronómicas.
- Diseño de circuitos gastronómicos.
- Promocionar la imagen turística Perú a través del segmento gastronómico en los principales mercados.



## Objetivo Principal



Promocionar y posicionar la  
gastronomía peruana como producto  
único con el fin de incrementar el  
turismo receptivo e interno



## Público Objetivo

- Turistas extranjeros
- Operadores nacionales e internacionales
- Prensa y Críticos en Gastronomía, chef, líderes de opinión extranjeros.



## ¿Para qué?

- Incrementar el turismo receptivo/interno a través de rutas gastronómicas.
- Ampliar la estadía de los circuitos tradicionales a través de rutas gastronómicas.
- Extensión en los circuitos: Lima Gourmet.

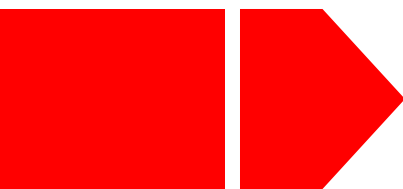


# ¿Cómo?

- **Definición del Producto:**
  1. Levantamiento de información en el extranjero/ y con los Chefs, TO locales, extranjeros
  2. Reunión con expertos, críticos gastronómicos (Madrid Fusión)
  3. Reunión con Tour Operadores (peruanos y extranjeros)
- **Definición del Mercado Objetivo**
  - Definición de Estrategias de acuerdo a los mercados objetivos
  - Plan de Promoción propio y específico de la gastronomía en los mercados.
- **Definición de Canales de Distribución de Acuerdo a Mercados Objetivos**
  - De acuerdo a lo sugerido a los socios estratégicos con los que se cuenta en el país a presentar la gastronomía.



# ¿Quiénes fueron/son nuestros Socios Estratégicos?

- 
- Turismo Interno y Receptivo
  - Misiones diplomáticas
  - Hoteles, tiendas por departamentos y restaurantes de comida peruana que sean reconocidos y gocen de prestigio local (existen ya en Madrid, EE.UU., Inglaterra, Francia, Alemania)
  - Líneas Aéreas
  - Chef , ayudantes, Somelier, Barman, Cofradía
  - Comité Gastronómico
  - Entidades o investigadores de la gastronomía peruana
  - Prensa Especializada y Críticos Gastronómicos
  - INC, Lima Ciudad Gastronómica
  - PromPex (ahora fusionado a PromPerú)



# Cronología del desarrollo de turismo gastronómico en el Perú



# Cronología del desarrollo de turismo gastronómico en el Perú

2001

**Promperú inicia una estrategia de apoyo a la nueva generación de chefs peruanos** (Junto con Gastón Acurio, Rafael Osterling, Rafael Piqueras, Jan Van Ordt, Diego Oka y Yaquir Sato) que intentan que se reconozca a Lima como la capital gastronómica de América y a la gastronomía peruana como una de las mejores del mundo.

**Se realizaron festivales gastronómicos** en alianza con el Hotel Ritz de Madrid, el Restaurante de Galerías Lafayette en París, Peter Jones de Londres, etc.

**Se integra la gastronomía en todas las presentaciones de las Ferias internacionales de Turismo** en las que participa Promperú como: WTM, FITUR, BIT, ITB y EIBTM, bajo el slogan: “Taste the Magic of Peru”.



# Cronología del desarrollo del turismo gastronómico en el Perú

2005 - 2010


Se ha participado en un total de 80 ferias especializadas de gastronomía.

En cada Press Tour organizado por Promperú está insertada la experiencia gastronómica. Se presentan rutas gastronómicas como componente del atractivo del destino turístico (reportajes en revistas internacionales como El Clarín, Argentina, El Universal, Méjico, El País y El Mundo, España, El Mercurio, Chile, Travel Squire, EE.UU, etc..)

2005

Promperú diseña para la par  en Madrid Fusión el logotipo de

2006

 se convierte en la marca para posicionar la gastronomía a nivel mundial, en paralelo se publica la 1ra edición del libro bajo el mismo nombre.

2008

Se realiza el primer festival gastronómico  de Lima en alianza con APEGA (Sociedad Peruana de Gastronomía, nace el 2007). Luego APEGA lanza su propia marca y nace MISTURA en el 2009.



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Viceministerio de Turismo



Perú  
mucho  
gusto

Perú  
mucho  
gusto

PRIMERA FERIA GASTRONÓMICA INTERNACIONAL

Perú  
mucho  
gusto

LA UNIÓN DE NUESTROS PRODUCTOS • INICIATIVAS • INNOVACIONES • RECOMENDACIONES

LA PERÚ ESTÁ SIEMPRE

INACIA





- El libro Perú Mucho Gusto elaborado como

iniciativa de PromPerú y

que muestra nuestra culinaria

ganadora del jurado

de los Book Awards, en abril

de





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio de  
Turismo



**Página Web:**

**[www.perumuchogusto.com](http://www.perumuchogusto.com)**




# Cronología del desarrollo gastronómico en el Perú

2009

Promperú gana con su cuenta en Facebook el premio al mejor blog de gastronomía del Perú. El espacio en dicha red social cuenta a la fecha con 176,656 seguidores.

En el canal [elgourmet.com](http://elgourmet.com) se emite por primera vez el programa “**Con Sabor a Perú**” (12 capítulos con participación de diferentes chefs peruanos, este programa contribuye de forma sustancial al posicionamiento de Gastón Acurio a nivel nacional e internacional).

2010

Promperú y APEGA continúan auspiciando la participación de  y sus chefs en Madrid Fusión y demás eventos internacionales de gastronomía, así como, en los festivales gastronómicos Perú Mucho Gusto al interior del país.




# Cronología del desarrollo gastronómico en el Perú

2010

Se inicia una campaña de descentralización de las ferias  con los siguientes resultados:

Perú Mucho Gusto	Visitantes	Platos Vendidos
Cusco	12,000	37,600
Tacna	30,000	60,000
Piura	10,000	17,100

2011

Promperú organiza, de la mano con APEGA, la participación del Perú y el stand de  en Madrid Fusión.



# Fortaleciendo el producto gastronómico

## Implementación del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas – SABP en destinos turísticos priorizados



Incentiva a las empresas a aplicar buenas prácticas de gestión de servicio, para mejorar la calidad y de esta forma ser más competitivos.

En el marco del SABP se desarrollaron tres Fases: capacitación, asistencia técnica y evaluación con la finalidad de otorgar “reconocimientos de buenas prácticas” a las empresas que evidenciaron su compromiso con la calidad.



# Fortaleciendo el producto gastronómico

En la actividad de restaurantes el SABP se viene aplicando, a través de cuatro instrumentos:

1. Manual de Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos para Restaurantes y Servicios Afines.
2. Manual de Buenas Prácticas Desarrollo de Habilidades y Destrezas para la Atención de Clientes en Restaurantes.
3. Manual de Buenas Prácticas para la Atención de Clientes – dirigido a Gerentes, Administradores y Mandos Medios.
4. Manual de Buenas Prácticas para la Atención de Clientes – dirigido a Personal de Contacto.





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio de  
Turismo



**... Algunos logros**





# Logros de nuestra gastronomía



Existen **más de 12 Franquicias Gastronómicas peruanas en más de 16 países**, en destinos tan lejanos como la India y en otros altamente competitivos como Estados Unidos, Brasil y España.

El 23 de marzo en su sede de Washington, D.C., **la OEA** le entregará al Perú un premio extraordinario: **“se reconoce a la Gastronomía Peruana como PATRIMONIO DE LAS AMÉRICAS”** .

Lima ya es reconocida como la **capital gastronómica de América (UNESCO)** .

**Presencia en los mercados prioritarios** : Español, Francés, Alemán, Inglés y Norteamericano.

El producto **“ Perú mucho Gusto”** está presente en los catálogos de los principales **TOO'S**.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio de  
Turismo

# El boom de la gastronomía peruana

Su impacto económico y social



**APEGA**  
Sociedad Peruana  
de Gastronomía

**APEGA,**  
realiza estudio sobre  
impacto de la  
gastronomía



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio de  
Turismo



... nuestro orgullo





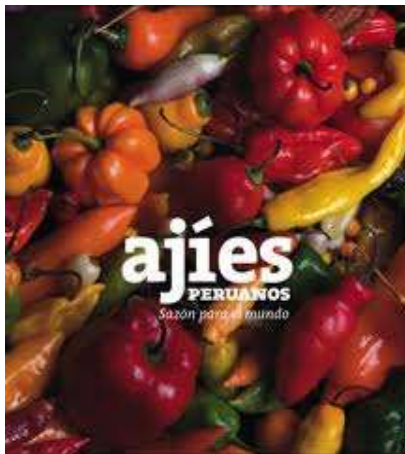
PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio de  
Turismo



# Papas, ajíes y maíces





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio de  
Turismo



# El pisco



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio de  
Turismo



# El ceviche



# Nuestros potajes





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio de  
Turismo

# Las nuevas presentaciones





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio de  
Turismo



**Muchísimas gracias**

