



**IDENTIFICACIÓN DEL POTENCIAL GASTRONÓMICO Y  
CAPACITACIÓN DE ACTORES EN TEMAS RELACIONADOS  
PARA LOS PROYECTOS PILOTO DE CADENA DE VALOR DEL  
ECOTURISMO EN SAN MARTÍN. (Sauce, Chazuta, ACM AHARAM)**

**- INFORME FINAL -**

**Carla Gonzales Vega  
Gino Egusquiza Saldarriaga**

**TABLA DE CONTENIDOS**

PERFIL DEL IPG .....	4
INTRODUCCIÓN .....	5
CAPÍTULO I .....	6
1. BIODIVERSIDAD AMAZÓNICA, CULTURA ALIMENTARIA Y COCINA REGIONAL .....	6
1.1. Gastronomía: su utilidad en la mejora de la calidad de vida de zonas rurales.....	6
1.2. Experiencias previas de aplicación de gastronomía en proyectos turísticos.....	7
1.2.1. Proyecto TURURAL Perú - Sibayo .....	7
1.2.2. Asociación de Municipalidades para la Concertación Interdistrital de Desarrollo del Valle Sur de Cusco .....	8
CAPÍTULO II.....	10
2. LECCIONES APRENDIDAS EN EL CAMPO.....	10
2.1. Sobre la Gastronomía en San Martín .....	10
2.2. Productos encontrados en los proyectos piloto y su potencial de aprovechamiento para mejorar la calidad de vida, así como para realizar actividades económicas conexas, dentro de los principios de Biocomercio .....	11
2.3. Productos que destacan en cada zona de intervención.....	11
2.4. Aprovechamiento de los insumos y aplicación de técnicas culinarias .....	13
2.5. Análisis del potencial gastronómico de los proyectos piloto.....	13
2.5.1. Asociación Hídrica Aguajal Renacal del Alto Mayo.....	13
2.5.1.1. Tingana.....	14
2.5.1.2. Santa Elena .....	15
2.5.1.3. Lloros: Naturaly .....	15
2.5.2. Sauce.....	16
2.5.3. Chazuta .....	18
2.6. Identificación de Principales Platillos Tradicionales en cada Zona.....	20
2.7. Población beneficiaria en cada área de intervención.....	22
CAPÍTULO III.....	24
3. SOBRE LOS TALLERES DESARROLLADOS .....	24
3.1. Descripción de la Metodología Utilizada .....	24
3.2. Temática Abordada y Conceptos Básicos.....	26
3.3. Principales Logros Obtenidos .....	28
3.3.1. Lloros .....	28

3.3.2. Sauce.....	28
3.3.3. Chazuta.....	28
CAPÍTULO IV.....	30
4. TAREAS PENDIENTES Y MONITOREO.....	30
4.1. Modelo: Cómo Planificar un Evento.....	30
4.2. Tareas y metas para establecimientos de expendio de alimentos en Sauce y Chazuta ..	31
4.3. ¿Cómo dar Continuidad al Proceso?.....	32
4.4. ¿Cómo Monitorear los Resultados Obtenidos?.....	32
4.5. Conclusiones y recomendaciones .....	33
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.....	34

## PERFIL DEL IPG

El Instituto Peruano de Gastronomía tiene como misión ser el centro de formación de futuros cocineros comprometidos con su país, quienes promuevan una nueva forma de hacer cocina en el Perú: inclusiva, cohesiva, honesta y justa con toda la cadena productiva alimentaria.

En un país donde un gran porcentaje de la población se encuentra relacionada directamente con algún eslabón de la cadena alimentaria y con ella por ende de la gastronomía, actividad educativo-cultural que es muy completa por su mega diversidad en productos alimenticios, en su infinidad de tratamientos, la gran gamma de culturas que la erigen y los procesos vivenciales de enseñanza-aprendizaje que la envuelven, serían estas pues las razones que bastarían para situarla como el recurso más importante del Perú. Es una de las 12 mejores cocinas del mundo (revista Economist, 2005) y a decir del 91% de turistas que llegan al país, posee una cocina catalogada entre Buena y Muy Buena (*Perfil del turista extranjero* presentado por PROMPERÚ en julio de 2006), lo que motiva al Instituto Nacional de Cultura a postularla como Obra Maestra y Patrimonio Inmaterial de la Humanidad (por la UNESCO). Sin embargo paradójicamente nuestros niveles de pobreza afectan a más del 50 % de la población, contando con la tasa de desnutrición infantil más alta de toda la región y una muy injusta distribución de la riqueza.

Desde otro vértice la Gastronomía Peruana es considerada en la actualidad como la actividad que reporta el mayor crecimiento económico en los últimos años, además con una proyección potencialmente importante para el desarrollo sostenible del país a mediano y largo plazo.

La preservación de los conocimientos ancestrales de la cocina peruana reposa no sólo en la capacitación de nuevos cocineros, sino también en la investigación de los procesos, la difusión de los mismos y el estrecho contacto de los estudiantes y docentes con los lugares y las personas que mantienen vivas las tradiciones culinarias.

Es en esta coyuntura que nace el Instituto Peruano de Gastronomía, retomando los valores de la sociedad “Cocina, Cultura, Antropología y Educación Peruana” carentes en el 100% de las Escuelas Gastronómicas que actualmente se hallan en carrera en Lima Metropolitana y que se centran en la preparación de auxiliares técnicos en cocina con especialidad en la cocina internacional por sobretodo; y complementando con cursos de gestión de restaurantes dejando poco espacio y dedicación al tratamiento de la Cocina Peruana. Relegando la competencia más preciada por el mercado interno y externo: el conocimiento integral de las cocinas regionales del Perú.

El IPG se construye como una escuela modelo replicable en distintos puntos del país, que se integre con las cadenas productivas agrícolas, que posibiliten a jóvenes acceder al mercado y siempre con un profundo compromiso con sus cocinas regionales, sus productores, sus insumos, sus productos, sus investigaciones (fundamentales) y su planteamiento pedagógico que persigue asumir el proceso educativo con elevados y sólidos estándares de calidad y eficiencia; toda esta filosofía se ve reflejada en su innovadora y competente malla curricular, una malla desarrollada por competencias laborales, la cual aseguraría un 85 % de empleabilidad de nuestros egresados, destacada plana docente y administrativa que la distingue del resto.

Es así que realizó la capacitación a veinticinco familias en la comunidad de Sibayo en Arequipa, en el marco del proyecto Turural, implementado por el MINCETUR y AECID. Se capacitó a seiscientos veinticinco mujeres de los comedores populares de Lima, junto con el Ministerio de Agricultura. Se capacitó en cocina y técnicas de comedor a veinte jóvenes en Cusco, con el

Servicio de Cooperación Holandés - SNV Perú, y la Sociedad Peruana de Gastronomía APEGA. Además trabajamos el proyecto Chef contra el Hambre con la FAO.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo, plantea crear un espacio cultural que relacione a la región, municipio y las localidades en cuestión, en torno al aprovechamiento de su patrimonio alimentario y el marco geográfico que lo representa. La propuesta plantea crear actividades en función a la gastronomía de las comunidades; pero sin desligarlas de su entorno cultural, que en conjunto puede generar varios productos interesantes a ofrecer a sus visitantes y darle la importancia que se merece como foco de atracción para el turismo.

Estos productos, tienen que estar enfocados en aquel público objetivo que valora la acumulación de experiencias o vivencias naturales.

Es así que en el marco de la ejecución del proyecto PERUBIODIVERSO, hemos llevado a cabo la consultoría denominada: **Identificación del potencial gastronómico y capacitación de actores en temas relacionados para los proyectos piloto de la Cadena de Valor del Ecoturismo en San Martín (Sauce, Chazuta y Asociación Hídrica Aguajal Renacal del Alto Mayo)**

La identificación del potencial gastronómico en una región, pasa por un conjunto de elementos que permitan que dicho potencial sea aprovechado de manera que constituya un pilar articulado con los servicios turísticos.

Nuestra convicción, a la luz de la experiencia propia y de otras regiones, es que la gastronomía regional puede ser un motor significativo en la economía local cuando ésta se presenta al turista y al mercado como un patrimonio cultural y no sólo como un servicio de alimentación.

En cuanto a las capacitaciones en temas de gastronomía estamos convencidos que es un proceso que se ha iniciado, por lo tanto, una capacitación no significa un cambio radical de costumbres e inadecuadas prácticas, sino un compromiso inicial por parte de los actores, que involucra a otras instituciones como los gobiernos locales y regionales así como a los cooperantes.

Esperamos que el presente informe contribuya con el desarrollo de un turismo sostenible y en consecuencia mejore la calidad de vida de los actores beneficiados en la cadena de valor del ecoturismo.

## CAPÍTULO I

### 1. BIODIVERSIDAD AMAZÓNICA, CULTURA ALIMENTARIA Y COCINA REGIONAL

La Región San Martín se encuentra en esta Amazonía favorecida, en consecuencia cada uno de sus pisos ecológicos y sus microclimas ofrece una biodiversidad que desencadena en una **Cultura Alimentaria** excepcional, la cual se traduce en una **Cocina Regional** privilegiada.

El concepto de cultura alimentaria hace referencia a la compleja estructura de prácticas y conocimientos, valores, creencias, técnicas y representaciones sobre qué, cuándo, cómo, con quién y por qué se come lo que se come en una determinada sociedad. La cultura alimentaria incluye los productos, sus técnicas de producción y elaboración, y también los valores, creencias, usos, costumbres y formas de consumo que se asocian (Expeitx: 2004).

Lo ideal sería que se agoten esfuerzos para que dicha cultura alimentaria llegue a ser **Patrimonio Alimentario**, es decir una sistematización y reconocimiento formal para su posterior difusión junto a otros patrimonios intangibles.

Las **Cocinas Regionales**, pueden definirse como el conjunto de platos que obedecen al uso de determinados insumos, a las técnicas aplicadas a éstos, en un espacio geográfico determinado. Estas cocinas regionales tienen su sustento en la cultura alimentaria, por lo tanto sólo se pueden consolidar en la medida que se conozca y valore dicha cultura, y se rescaten aquellas tradiciones alimentarias que han sido escondidas en la memoria de notables cocineras y cocineros, ya sea por vergüenza, discriminación de sociedades migrantes, de visitantes o de turistas. El conjunto de estas cocinas regionales componen lo que denominamos Cocina Peruana.

En consecuencia, esta cultura gastronómica, manifiesta en una cocina regional, debe convertirse progresivamente en un recurso turístico en sí mismo, haciendo que los propios actores se pregunten “¿cómo queremos que sea percibida nuestra comida por los visitantes y turistas?”, ya que en la actualidad, se percibe como un servicio complementario dentro del grupo de alojamiento, guiado, transporte, etc. Para esto es necesario capacitar y acompañar a los actores y *vender* la gastronomía, difundiendo el conjunto de valores y costumbres que se desarrollan en el proceso, tanto de cultivo de los insumos, como de la pesca responsable, del empleo de técnicas de cocción y conservación, del uso de utensilios tradicionales, de la importancia en sus calendarios festivos, entre otras innumerables manifestaciones culturales.

#### 1.1. Gastronomía: su utilidad en la mejora de la calidad de vida de zonas rurales.

Las cocinas regionales en el Perú se encuentran presentes de manera transversal en todas las actividades cotidianas. Se puede afirmar que las funciones sociales que cumple la cocina en nuestras comunidades, trascienden largamente a la función fisiológica. Es así que el ofrecer un plato al visitante es la mejor forma de iniciar un vínculo, demostrar afecto y reconocer al mismo tiempo al que llega. Además, tomando en cuenta que nuestro calendario festivo es una superposición del calendario agrícola, podemos verificar que la cosecha de nuestros productos siempre fueron motivo de celebración, los platos preparados, las ofrendas y la forma de preparar los alimentos, denotan un grado de conocimiento de su propio medio.

Es por ello que un plato emblemático es un elemento de identidad y que diferencia a los pobladores de nuestras comunidades.

Y es en este contexto que se puede entender cómo una capacitación en nuestras comunidades, que registre las estructuras culinarias del lugar como punto de partida, nos permite:

- Introducir mensajes nutricionales sobre sus propias prácticas alimentarias. Esto es muy importante, ya que ignorar su estructura alimentaria llevaría al fracaso a cualquier programa de nutrición que busque disminuir los niveles de desnutrición existentes.
- Registrar, conjuntamente con las personas a capacitar, un cuerpo de recetas tradicionales, sistematizarlas y difundirlas en futuras capacitaciones. Con el objeto de estandarizar sus procesos, mejorar sus prácticas de manipulación y con ellos acceder al mercado gastronómico. En el marco del turismo rural, se ha comprobado que el visitante demanda los productos y preparaciones locales, pero bajo un estándar mínimo de calidad y seguridad.
- Crear en conjunto recetas innovadoras con los productos tradicionales. Es importante presentar nuevas formas de utilización de los productos nativos, para así incrementar la demanda de los mismos y contribuir con esto al fortalecimiento de las cadenas productivas agrícolas.
- Capacitar al poblador en el manejo de su propia cocina, para reforzar capacidades sociales inherentes a la actividad culinaria. Valores como la solidaridad y compañerismo son necesarios para una producción satisfactoria. Además, al asumir que sus propios productos y preparaciones tradicionales les generan un ingreso económico, se ven fuertemente fortalecidos en su identidad regional.

## 1.2. Experiencias previas de aplicación de gastronomía en proyectos turísticos.

### 1.2.1. Proyecto TURURAL Perú - Sibayo

En el marco del proyecto TURURAL PERÚ, se realizó en el distrito de Sibayo – Cañón del Colca, Arequipa, del 12 al 20 de agosto del 2008, un taller de capacitación en gastronomía. La capacitación fue realizada por dos chefs instructores (IPG, CENFOTUR) a 24 personas.

La capacitación incluyó:

- Valores nutricionales de los insumos de la zona.
- Correcta manipulación de alimentos.
- Historia e identidad de los alimentos.
- Técnicas básicas de cocina.
- Preparación de platos típicos de la zona.
- Preparación de platos no tradicionales.
- Técnicas de comedor y servicio al cliente.



La mayoría de las personas beneficiadas fueron mujeres, quienes son las que se encargan de las labores de cocina en sus hogares-hospedajes.

Se identificaron las áreas a trabajar para mejorar el servicio a los turistas, reforzar los conocimientos de los pobladores y, lo más importante, lograr un cuerpo de recetas con sus propios productos; respetando la estructura alimentaria local y la identidad de su cocina regional.

Al final de esta capacitación, los beneficiados estaban en la capacidad de contar con un cuerpo de recetas que conforman servicios completos (entrada y segundo), manejar técnicas básicas de cocina, tener un conocimiento básico de nutrición, manipulación de alimentos, información histórica de su patrimonio alimentario y la revalorización de los insumos y preparaciones locales.

## 1.2.2. Asociación de Municipalidades para la Concertación Interdistrital de Desarrollo del Valle Sur de Cusco

En 1996, se conformó el Comité Interdistrital para el Desarrollo del Valle Sur que luego se cambió de nombre a “**Asociación de Municipalidades para la Concertación Interdistrital para el Desarrollo del Valle Sur**”. Los Municipios fundadores fueron: Lucre, Oropesa, Saylla y San Jerónimo, y en el 2004, se incorpora el municipio de San Sebastián.

Se buscó una planificación e implementación de un Plan Integral de Desarrollo Estratégico y Sostenible del Valle, el cual permitía:

- La solución de problemas comunes, ejemplos: recuperar el río Huatanay para la vida, desarrollar acciones para dinamizar la economía local.
- Posicionar al territorio, haciéndolo más competitivo y atraer visitantes.
- Aprovechar las potencialidades con las que contaba
- Promover una mayor participación de los pobladores en el desarrollo local.
- Generar empleo e ingresos económicos para la gente.

Uno de los ejes de desarrollo fue el turismo en diferentes modalidades, que a su vez, uno de sus componentes fue la Gastronomía, para lo cual se creó la Comisión Técnica de Turismo Gastronomía y Recreación, la cual centró su trabajo en lo siguiente:

- La constitución, funcionamiento y posicionamiento de la *Red de Empresarias en Gastronomía*.
- Apoyo a redes menores de empresarios(as) en gastronomía.
- Apoyo a organización de *Festivales Gastronómicos*.
- Posicionamiento de la marca de calidad.
- Construcción de rutas turísticas.

Uno de los principales objetivos que se perseguía era lograr **seguridad alimentaria**, para lo cual se propició una adecuada gestión del agua, el suelo y la biodiversidad, se apoyó a la producción local y se buscó darle mayor valor agregado, se apoyó la comercialización en buenas condiciones de salud ofertando productos diversos y con garantía y se propició que las familias consuman los productos nutritivos y, sobre todo, andinos.



## Conformación de la Red Gastronómica del Valle Sur

Es un espacio de concertación y alianza entre el sector público y privado para trabajar de manera conjunta en el desarrollo de la actividad gastronómica en el ámbito del Valle Sur: Lucre, Oropesa, Saylla, San Jerónimo y San Sebastián.

La red gastronómica es liderada por el DIRCETUR Cusco, La Comisión Técnica de Turismo Gastronomía y Recreación y la ONG Guamán Poma de Ayala. Se desarrolla en dos niveles:

- El Nivel interdistrital el cual está constituido por: Empresarios de los cinco Distritos que trabajan conjuntamente en la elaboración del plan estratégico, en la promoción de sus productos, capacitaciones, pasantías y colaboran en el diseño de las políticas públicas de promoción.
- El segundo nivel se desarrolla en cada distrito con las Redes menores de Gastronomía, las cuales organizan sus festivales y capacitaciones por las necesidades de los participantes.

La Red Mayor estableció su trabajo sobre la base de los siguientes lineamientos:

- Participación voluntaria de los empresarios en la Red.
- Promoción conjunta de la Oferta Gastronómica.
- Mejora de la calidad del producto y del servicio en función del mercado.
- Posicionamiento Territorial de la gastronomía.
- Capacitación integral de los empresarios.
- Posicionamiento Territorial de la gastronomía.
- Integración de otras instituciones públicas y privadas a la Red.

Los productos que desarrollados por cada uno de los distritos fueron:

- Festival del Sabor Andino – San Jerónimo y San Sebastián.
- Consorcio Pachatusan – Productos Procesados.
- Red expendedora de cuy al horno Tipón.
- Red de expendedores de chicharrón – Saylla.
- Festival Gastronómico del pato – Lucre.

Se consolidó la oferta gastronómica del Valle Sur, se posicionaron los distritos con su vocación Gastronómica, se contribuyó a revalorar la gastronomía andina, los cinco distritos se integraron, y se identificaron de las integrantes de la red con el Valle Sur.

El año 2004, se lanzó a nivel regional con la Red Gastronómica del Valle Sur, lo que la llevó al reconocimiento a nivel regional y nacional.

## CAPÍTULO II

### 2. LECCIONES APRENDIDAS EN EL CAMPO

#### 2.1. Sobre la Gastronomía en San Martín

##### **¡Error! Marcador no definido.**

San Martín posee una cocina regional muy representativa por su ubicación geográfica, la cual comprende alta Amazonía, baja Amazonía, valles y cuencas importantes como la del río Huallaga y el río Mayo. Otros elementos que influyen directamente en la cocina, son la biodiversidad, las costumbres y tradiciones que permanecen presentes como cultura viva de estas zonas.

Bajo esta premisa, la existencia de una cocina regional exquisita y variada es evidente, por la calidad de sus insumos nativos, tanto silvestres como cultivados; por la variedad de técnicas creadas y aplicadas a los productos a través de los años, las cuales han surgido como necesidad de adaptación al medio y al quehacer diario, como la pesca, el trabajo en la chacra, la cacería de animales de monte, etc. Al no contar con utensilios, la hoja de bijao o el tronco del bambú se convirtieron en ollas, se come lo que se encuentra y se conserva con lo que está a la mano, sal y humo.

La encuesta sobre la satisfacción del visitante en San Martín (Perú Biodiverso - 2009), menciona que un 30% de los entrevistados recomienda la gastronomía local, en segunda posición, después del ítem “visitar lugares turísticos”, con un 48%, lo que indica que las personas que visitan San Martín se sienten muy interesadas por la gastronomía. Sin embargo, hace falta mejorar la calidad y seguridad en los lugares que se ofrecen servicios de alimentación.

La consultoría se desarrolló en dos etapas, la primera Fase de exploración y la segunda, Fase de capacitación. En la primera etapa, se recolectó información de cada zona sobre: la biodiversidad, los hábitos alimenticios, el legado culinario y las manifestaciones culturales. Sobre la base de esta información se planteó la segunda etapa, Fase de capacitación, la cual se desarrolló de acuerdo a las necesidades de cada piloto. Se buscó rescatar el legado de recetas ancestrales como principal capital para desarrollar la gastronomía y su inmenso potencial en la cadena de valor ecoturística en las zonas de intervención.

**2.2. Productos encontrados en los proyectos piloto y su potencial de aprovechamiento para mejorar la calidad de vida, así como para realizar actividades económicas conexas, dentro de los principios de Biocomercio**

Las capacitaciones realizadas en Lloros, Chazuta y Sauce, contribuyen al fortalecimiento de la oferta de servicios ofrecidos a los visitantes que realizan una forma particular de turismo: el ecoturismo (Viajes ambientalmente responsables que benefician a la conservación del medio y a los pobladores locales).

El ecoturismo es considerado una actividad primordial dentro de los servicios del Biocomercio (actividad económica basada en la responsable explotación de los recursos naturales, preservación de la biodiversidad y que busca el beneficio de un número importante de personas). Al ser demandados los productos locales, tales como el cacao, el café, la yuca, los diferentes licores regionales, las frutas, verduras y hierbas aromáticas, a través de la cocina local, se estaría contribuyendo a que el Biocomercio pueda consolidarse desde aquellos productos que cumplan con principios y criterios del mismo.

Es importante anotar que las cocinas regionales representadas en sus platos festivos, cotidianos, de campo o de ciudad, se afianzan en la estacionalidad de sus productos, en el respeto a las vedas y por ende, en la preservación de su propia biodiversidad. Biodiversidad que demandó al poblador de técnicas para preservar, almacenar y transformar sus alimentos. Este aspecto tiene que fortalecerse fuertemente en el distrito de Sauce y debe contarse con un refuerzo por parte del Ministerio de la Producción, quienes cuentan con una sede ahí mismo, ya que al ser un distrito compuesto por un gran porcentaje de migrantes estos saberes de alguna manera se les ha ido restando importancia.

El recurso gastronomía, como producto turístico, ofrece la posibilidad de ser una herramienta de desarrollo para las mujeres, generándoles ingresos económicos complementarios para sus hogares que les permiten mejorar la economía local y en conjunto, mejorar la calidad de vida de la población de cada distrito.

Es relevante mencionar que el fortalecimiento de las asociaciones mediante la capacitación gastronómica, en la práctica de planificación de sus festivales y reinversión de sus utilidades contribuye a la sostenibilidad de los emprendimientos, haciendo que en el proceso, se continúe alcanzando las metas que se han propuesto y cumpliendo las tareas de fortalecimiento de sus respectivas asociaciones.

Así mismo, integrar a los actores de las cadenas de valor para que sean participantes activos y beneficiarios de la gastronomía local, proveyendo de productos de buena calidad a los restauradores y ofreciendo experiencias vivenciales en la chacra.

**2.3. Productos que destacan en cada zona de intervención**

**¡Error! Marcador no definido.**

Destacan en el AHARAM – Lloros		
Frutas y Verduras	Cereales, Legumbres, Tubérculos y	Carnes

	<b>Raíces.</b>	
Plátano Aguaje Cocona Taperibá Shimbillo Papaya Naranjas Zapote Caigua Pepino Chonta Coco Majambo Lima Ají dulce	Frejoles Maní Yuca Cacao Café Sacha Inchi Arroz	<b>Aves:</b> Gallinas de chacra <b>Ganado:</b> Res Cerdo <b>Pescados de agua dulce:</b> Tilapia Paiche Gamitana Boquichico Doncella Bagre <b>Animales de monte*</b> Majas Venado

<b>Destacan en Sauce</b>		
<b>Frutas y Verduras</b>	<b>Cereales, Legumbres, Tubérculos y Raíces.</b>	<b>Carnes</b>
Plátano Naranja Papaya Coco Chonta Caigua Ají dulce Ají charapita Sacha culantro Caña de azúcar	Yuca Café Maní Frejol diferentes variedades	<b>Pescados</b> Tilapia Gamitana <b>Aves</b> Gallinas de chacra Pollo de chacra <b>Ganado</b> Cerdo <b>Animales de monte*</b> Majas Venado

<b>Destacan en Chazuta</b>		
<b>Frutas y Verduras</b>	<b>Cereales, Legumbres, Tubérculos y Raíces.</b>	<b>Carnes</b>
Plátano Naranja Papaya Coco Chonta Umarí Aguaje Caigua Ají dulce Ají charapita Sacha culantro Caña de azúcar	Yuca Cacao Maní Sacha Inchi Frejol Guasca	<b>Pescados</b> Boquichico Doncella Bagre Mojarra Palometa <b>Aves</b> Gallinas de chacra Pollo de chacra <b>Ganado</b> Cerdo

## 2.4. Aprovechamiento de los insumos y aplicación de técnicas culinarias

Insumo	Técnica Culinaria	Producto
Plátano	Asado y majado Sancochado y majado Frito en dos tiempos Frito en láminas Cocido en agua Raspado y cocido dulce Relleno Plátano maduro asado	Tacacho Cutacho Patacón Chifle Inguiri Plantano api Relleno con maní Maduro Pupo de plátano
Bellota o pupura del plátano	Rallado, cocido y marinado en Limón	Cebiche de pupo
Carne de cerdo	Salado y ahumado Embutido en intestino de cerdo y ahumado Cocido y frito	Cecina Chorizo Chicharrón
Arroz Yuca Chonta Huevo	Cocción envuelto en hoja de bijao	Juane Rumo juane Chonta juane Nina juane
Pescado Pata de pollo o menudencia Patas de rana gigante (walo)	Cocción envuelto en hoja de bijao al brasero Cocción en la caña de bambú tapada con hoja de bijao	Patarashca – uchu juane Maronachado
Yuca	Corte de yuca en trozos pequeños de forma sesgada para que suelte su almidón	Shirumbi
Naranja Aguaje Cocona Ají dulce	Cocción en azúcar	Mermelada
caña de azúcar	Chancaca Destilación de aguardiente	Miel de chancaca Macerados

## 2.5. Análisis del potencial gastronómico de los proyectos piloto.

### 2.5.1. Asociación Hídrica Aguajal Renecal del Alto Mayo

La Asociación Hídrica Aguajal Renecal del Alto Mayo está conformada por tres pilotos de ecoturismo: Tingana, Santa Elena y Lloros. Los tres están separados geográficamente y se encuentran en procesos muy distintos.

2.5.1.1. Tingana

Tingana se encuentra en el curso del río Avisado, y es el piloto más consolidado de la reserva. Reciben grupos que se quedan por tres días y por un día. Sin embargo su oferta de alimentos es muy limitada.

Pudimos entrevistar a tres operadores turísticos que trabajan con ellos:

- El primer operador es europeo y nos indicó estar conforme con el servicio que ofrecen, ya que sus clientes quieren tener una experiencia vivencial.
- El segundo, que es de Moyobamba, indicó que es necesaria una mejora en el servicio de alimentación que ofrecen, en términos de higiene, variedad y presentación de platos.
- El tercero, que es de Tarapoto, manifestó estar inconforme porque le ofrecen siempre los mismos platos e, inclusive, ellos llevan alimentos desde Tarapoto.

Se realizó la visita y el recorrido en bote y luego en canoa por el río Avisado. A nuestra llegada a la reserva, nos dieron de desayuno tacacho con dos huevos fritos y café y para el almuerzo juane de gallina, frejol, ensalada de cebolla y el pescado que fue traído del paseo en canoa.

A continuación, presentamos un cuadro con los principales problemas que observamos y las posibles soluciones frente a ellos.

Problemas	Soluciones
No hacen uso de buenas prácticas de manipulación, a pesar de haber recibido capacitación ofrecida por Caritas.	Capacitarlos en el tema, supervisar frecuentemente que se cumplan los estándares y certificar el establecimiento.
Se evidenciaron prácticas de contaminación cruzada, como lavar los utensilios y la vajilla con agua depositada en una batea.	Conectar un punto de agua en la cocina o utilizar baldes con grifo.
No realizan desinfección de alimentos que se van a consumir crudos (frutas y verduras).	Establecer protocolos de higiene y desinfección visibles en las cocinas.
Poca variedad en los platos que ofrecen.	Presentar variedad de platos con insumos locales.
Alimentos mal almacenados y en el suelo.	Construir barbacoas de caña brava. Ver modelo construido en Yuracyacu.
Cobran 6 soles por desayuno y 10 soles por almuerzo, sin embargo no costean sus platos.	Hacer tablas de costos del servicio de alimentación.
Limitada propuesta de alimentación para vegetarianos.	Proponer platos de buena calidad y variedad de insumos y técnicas para los vegetarianos. Ver propuesta Yuracyacu.
No tienen disposición para recibir capacitaciones fuera de Moyobamba.	Hacer un convenio con contrapartida para que reciban la capacitación en Moyobamba.
Tendencia al asistencialismo	Cuando se desarrollen proyectos en Tingana establecer contrapartidas con los mismos actores.

Oportunidades	Potencial
Utilizan algunos insumos directamente de la chacra	Gastronomía ecológica
Perciben ingresos hasta por 5 mil soles mensuales en temporada alta	Reinversión en utensilios de cocina, mejoramiento de cocina, puntos de agua corriente o baldes con grifo.

### 2.5.1.2. Santa Elena

Respecto a los asociados de Santa Elena, fue difícil la comunicación con ellos y no se pudo tener una entrevista previa a la capacitación, en un principio su presidente se encontraba fuera de San Martín, y con la Srta. Yomar no se logró contacto.

### 2.5.1.3. Lloros: Naturaly

Lloros se encuentra en el curso del río Negro, y es un piloto que está proceso de reorganización.

Problemas	Soluciones
No hay lugar de alojamiento, limita la estadía y el gasto en alimentación de los visitantes.	Culminar su proyecto de bungalos y ofertar 2 días una noche.
A pesar de estar constituidos legalmente, no entregan comprobantes de pago. Por ese motivo se limita la visita de grupos llevados por los operadores.	Terminar los trámites legales frente a la SUNAT, sacar un Ruc para emitir boletas y facturas. Ver experiencia en Tingana respecto a la parte tributaria.
Establecieron los precios de desayuno y almuerzo sobre la base de una pasantía en Tingana.	Realizar el costeo de recetas e incluir costos fijos.(se capacitó en costos, sin embargo deben asumir la práctica de lo aprendido para tener datos reales de sus gastos y utilidades)
Cuando recibieron vegetarianos les ofrecieron: arroz, ensalada y plátano maduro.	Después de la capacitación tienen la posibilidad de variar los menús, incluso la preparación de comida regional como el Juane vegetariano.
Oferta de alimentos limitada y las porciones que ponen por plato son inadecuadas. Ponen como presa para un turista la rabadilla, pieza que no tiene carne.	Establecer porciones sobre la base de medidas y para el caso de las presas por peso en gramos.
No muestran buenas prácticas de manipulación. Se apreció contaminación cruzada, no desinfectan los alimentos	En la capacitación se trataron todos estos temas. Supervisar que se cumplan los estándares con frecuencia y certificar el establecimiento.
Usan botellas recicladas y bolsas negras para llevar la comida.	Los alimentos deben ser servidos y consumidos en el tambo-comedor y no llevar la comida en los botes, para evitar que se arrojen los desperdicios al río o que se produzca cualquier tipo de contaminación del área protegida.
En el camino que conduce a Yuracyacu, se puede apreciar la deforestación de los bosques	Motivar a la sustitución de cultivos, sensibilizar a los agricultores sobre el costo beneficio y la



para convertirlos en arrozales, los mismos que son fertilizados químicamente y expelen un olor altamente contaminante.	sostenibilidad.
--	-----------------

Oportunidades	Potencializar oportunidades
Se sienten muy orgullosos del área protegida.	Hacer mayor difusión de la misma ofreciendo servicios de guiado con alimentación.
Tienen muy claro el tema de estacionalidad de productos.	Además de recibir a los visitantes para observar la reserva, establecer épocas temáticas con insumos de estación, por ejemplo zapote.
Utilizan algunos productos del huerto.	Que cada asociado construya un biohuerto y ofrecer platos con insumos del mismo, incluso se puede llevar a los turistas a conocer y cultivar algunos insumos antes de almorzar.

Además de los tres sectores del AHARAM, se consideró al emprendimiento Turístico de Guayaquil. Para este caso la información fue recogida por medio de una entrevista con el Sr. Antony Morales, quien manifestó:

- Las encargadas de cocina de Guayaquil habían recibido capacitación del MINSA en manipulación de alimentos
- Los productos los obtienen de la chacra, del mercado local y una vez a la semana van al mercado de Nueva Cajamarca.
- El plato más representativo del lugar es cuy con papa. Debemos resaltar que al pertenecer Guayaquil a Nueva Cajamarca, existen muchas costumbres andinas, ya que es un pueblo formado por migrantes cajamarquinos.
- Los atractivos turísticos del lugar son: los restos arqueológicos pertenecientes a la cultura Chachapoyas, el museo de sitio, un puquial, un mirador y el campo deportivo.
- La mayoría de sus visitantes están compuestos por alumnos de colegios locales y estudiantes universitarios.

### 2.5.2. Sauce

Sauce es un distrito que es visitado según la encuesta de satisfacción 2009 por el 21 % de personas que llegan San Martín. Su atractivo principal es la Laguna Azul.

Problemas	Soluciones
Se han perdido tradiciones culinarias por ejemplo: el <i>Tacacho</i> se hace con plátano frito, antes sólo se hacía con plátano asado a la Patarashca le ponen culantro fino, glutamato monosódico y ajonjolí, antes solo le echaban sachá culantro.	Conservar las recetas tradicionales, para que los rótulos de <i>comida típica</i> se mantengan auténticos.
Inadecuadas prácticas de manipulación de alimentos e higiene en establecimientos que expenden comidas, a pesar de indicar haber sido capacitados en estos temas.	Supervisar los establecimientos de venta de comida para que cumplan con estándares de higiene y buenas prácticas de manipulación de alimentos.
Los condimentos que utilizan en la cocina los adquieren de las bodegas y no cuentan con un registro sanitario.	Retomar costumbre de procesar sus propios condimentos, es decir comprarlos en grano o enteros e ir moliendo lo necesario. Esta práctica

	eleva notablemente la calidad de los platos.
Existe una práctica muy arraigada respecto al uso inadecuado y desmesurado de glutamato monosódico.	Sustituir este insumo químico por productos que aporten el sabor natural a las comidas, por ejemplo: cebollas rehogadas, tomates, caldos de carcasa de gallina o pollo, etc.
La falta de control sanitario en el camal del distrito.	La municipalidad debe cumplir con su función de realizar el control sanitario de beneficio de animales y fiscalizar su procedencia, con el compromiso y colaboración de los propietarios de establecimientos de venta de comida.
Hay problema de abastecimiento de insumos, vinculado al cruce del río Huallaga en épocas de lluvia o desperfectos de la balsa cautiva.	Fomentar la creación de biohuertos familiares y cultivar verduras de mejor calidad y evaluar la posibilidad que sean orgánicos.
Deficiente atención en el salón comedor de los restaurantes.	Se requiere ordenar el servicio de atención a los clientes y seguir pautas básicas, expuestas en el manual de servicio de comedor.(anexo)
La mayoría de establecimientos no presentan carta de menú con precios, dejando abierta la posibilidad de tener precios para comensales locales y precios mayores para visitantes o turistas.	Realizar sus cartas con precios de platos del día y platos a la carta o platos especiales. También pueden colocar pizarras.
Los ambientes utilizados para salón comedor de los restaurantes, en algunos casos, se mezclan con el ambiente de uso familiar, en el que hay tendales con ropa, habitaciones cercanas y otros comercios.	Los salones o ambientes que son de uso para el servicio de comedor deben ser exclusivamente para tal fin, dicha práctica adecuada le da una sensación de agrado y respeto a los comensales.
No están constituidos como pequeños empresarios en gastronomía.	Constituir una red gastronómica, para aunar esfuerzos en compra de insumos, publicidad, capacitación y certificación de locales.
No realizan costeo de platos, lo que les significa en muchos casos pérdidas o ganancias ínfimas.	Utilizar las herramientas de costos desarrolladas en la capacitación y con frecuencia evaluar las variables de precio calidad.
Perros en los puestos de comida ambulantes, así como en los locales de expendio de comida.	Campaña de sensibilización con la población sobre el cuidado de las mascotas. Campaña municipal conjuntamente con el ministerio de salud: retiro de los perros sin dueño de las calles.
A pesar de ser una asociación constituida hace varios años, existen problemas internos en la toma de decisiones. Las asociadas no expresan su desacuerdo con las decisiones a tomar, simplemente no acatan los acuerdos; generándose malestar entre ellas mismas.	Establecer un sistema de votación y un acta en la que todas firmen. Establecer un número de personas mínimo para adoptar un acuerdo.
Escasa capacidad de gestión en pequeñas empresas de gastronomía.	Talleres de asociatividad y gestión empresarial. Cumplimiento de metas de reinversión.
Inspecciones de sanidad del Ministerio de Salud a los locales de expendio de comida son muy ligeras en cuanto a la higiene y las buenas prácticas de manipulación; el enfoque se basa en la infraestructura del local.	Inspecciones de sanidad coherentes con el reglamento sobre vigilancia y control sanitario de Alimentos y Bebidas (Decreto Supremo No. 007-98-SA)

Esto genera un conflicto ya que las señoras no entienden la insistencia en la higiene y las buenas prácticas de manipulación, si la misma autoridad competente no hace hincapié en ello.	
A algunos actores todavía les cuesta reconocer sus errores y tienen poca capacidad de apertura al cambio, muy por el contrario, asumen las críticas y normas de manera subjetiva y no para corregir sus fallas. Estas manifestaciones de relaciones humanas, resultan un limitante para consolidar su trabajo como organización Gastronómica.	Trabajar talleres de relaciones humanas y desarrollo personal con técnicas de comunicación eficaz.

Oportunidades	Potencializar oportunidades
El 68% cuenta con un negocio de restauración y el 32% manifiesta tenerlo en proyecto.	Realizar su plan de objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo para mejorar los servicios de restauración compatibles con el cuidado del ambiente y las buenas prácticas de manipulación de alimentos e higiene.
Del grupo que posee restaurantes, en un 64% el propietario es el jefe de la cocina	Si un alto porcentaje son propietarios y jefes de cocina, el compromiso debe ser mayor y con resultados concretos a corto plazo.
El 91% indica haber recibido capacitación en manipulación de alimentos y cocina por parte de la Municipalidad y Caritas del Perú.	Que las capacitaciones puedan tener algún sistema de monitoreo, asistencia técnica y de estímulo para quienes ponen en práctica los temas desarrollados en dichos talleres.
Los platos a base de tilapia.	Constituir la gastronomía a partir de la tilapia, con la proyección incorporar nuevos platos y respetar la época de veda.
Los operadores turísticos ofrecen como uno de los primeros destinos la laguna de Sauce. Es un destino posicionado en el mercado turístico.	Mejorar los servicios y brindar información a los operadores turísticos sobre los cambios en la higiene y seguridad alimentaria. Ofrecer los servicios de gastronomía a los colegios y universidades que visitan la Laguna de Sauce.
Certificar los restaurantes y establecimientos de venta de comida.	Realizar una campaña de sensibilización e inscripción de establecimientos certificados en las bases de datos de DIRCETUR, Gobiernos Regional y Cámara Regional de Turismo.

### 2.5.3. Chazuta

El tercer distrito que trabajamos fue Chazuta, el cual tiene un gran potencial gastronómico, ya que a diferencia de los dos otros distritos antes mencionados, sus pobladores no son migrantes de la zona andina, sino familias con una tradición gastronómica que ha ido pasándose de generación en generación, así como agricultores que cosechan productos libres de pesticidas y fertilizantes químicos o lo que les proporciona insumos de primera.

Problemas	Soluciones
El servicio de alojamiento es bastante limitado por carecer de estándares de servicio mínimos, limita la estadía de los visitantes.	Trabajar con los dueños de los alojamientos para establecer manuales de protocolo de servicio en alojamiento.
Existe una asociación gastronómica "UCHU YACU", la cual no está constituida legalmente.	Proceder a los trámites legales en Registros Públicos, para luego hacer los trámites pertinentes en la SUNAT, sacar un Ruc para emitir boletas y facturas.
La asociación gastronómica "UCHU YACU" no cuenta con un local donde atender a los comensales.	Convocar el apoyo municipal para acceder a un local provisional para atender la alimentación de grupos que reserven con anticipación. Cuando el flujo de visitantes sea más estable, contar con un local propio y establecer turnos de trabajo.
Precios demasiado bajos en la venta de comida en todos los lugares del distrito.	Realizar un costeo de los platos más populares, tales como <i>juane</i> , <i>parrillita de pollo</i> , <i>caldo de gallina</i> , <i>arroz chaufa</i> y <i>tallarín con pollo</i> . Convocar a las señoras que venden comida, demostrarles que los precios a los que venden sus preparaciones no son adecuados y acordar el precio justo entre todas. Respetar el acuerdo.
Las porciones que ponen por plato son inadecuadas. Ponen como presa para un turista la rabadilla, pieza que no tiene carne.	Establecer porciones sobre la base de medidas y para el caso de las presas por peso en gramos.
No muestran buenas prácticas de manipulación. Se apreció contaminación cruzada, no desinfectan los alimentos	En la capacitación se trataron todos estos temas. Supervisar que se cumplan los estándares con frecuencia y certificar los establecimientos.
Los puestos de comida ambulantes, tales como las parrillitas no cuentan con: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tachos de basura con tapa.</li> <li>• Baldes con caño para lavar el menaje.</li> <li>• Toldo</li> </ul>	Establecer políticas locales en cuanto a los requerimientos mínimos para poder vender comida de modo ambulatorio. Certificación y supervisión de estos puestos de comida.
Perros en los puestos de comida ambulantes, así como en los locales de expendio de comida.	Campaña de sensibilización con la población sobre el cuidado de las mascotas. Campaña municipal conjuntamente con el ministerio de salud: retiro de los perros sin dueño de las calles.
Utilizan cocina a leña, la cual ha generado disminución en la visión de las señoras que cocinan.	Promocionar el uso de cocinas mejoradas.
Falta de organización de actividades permanentes que aseguren la frecuencia de comensales y puesta en valor de la gastronomía chazutina, como elemento cultural diferencial en la región.	Establecer un festival Gastronómico chazutino una vez al mes, promocionarlo con la colaboración de la DIRCETUR y del programa Perú Biodiverso.
Deficiente atención en el salón comedor de los restaurantes.	Se requiere ordenar el servicio de atención a los clientes y seguir pautas básicas, expuestas en el manual de servicio de comedor.(anexo)

Oportunidades	Potencializar oportunidades
Legado de recetas ancestrales de generación en generación, con el uso de insumos locales.	Constituir Chazuta como capital Gastronómica de la Región.
Chazuta recién se posicionará como destino turístico.	Mejorar los servicios y brindar información a los operadores turísticos sobre las buenas prácticas en la higiene y seguridad alimentaria.
Han participado en la capacitación en gastronomía	Que las capacitaciones puedan tener algún sistema de monitoreo, asistencia técnica y de estímulo para quienes ponen en práctica los temas desarrollados en dichos talleres.
Los platos a base de tilapia.	Constituir la gastronomía a partir de la tilapia, con la proyección incorporar nuevos platos y respetar la época de veda.
Las universidades y colegios visitan Chazuta para conocer la cultura viva del distrito: cerámica, urnas funerarias, fabricación de papel ecológico.	Ofrecer los servicios de gastronomía a los colegios y universidades que Chazuta.
Certificar los restaurantes y establecimientos de venta de comida.	Realizar una campaña de sensibilización e inscripción de establecimientos certificados en las bases de datos de DIRCETUR, Gobiernos Regional y Cámara Regional de Turismo.
Tienen muy claro el tema de estacionalidad de productos.	Establecer épocas temáticas con insumos de estación.
Utilizan productos de la chacra, los cuales son orgánicos.	Gastronomía ecológica

## 2.6. Identificación de Principales Platillos Tradicionales en cada Zona

PLATOS TRADICIONALES		
AHARAM – LLOROS	SAUCE	CHAZUTA
<b>Gallina:</b>		
Avispa juane	Caldo de gallina	Caldo de gallina
Caldo de Gallina	Estofado de gallina	Estofado de gallina
Escabeche de gallina	Inchicapi de gallina	Inchicapi
Estofado de Gallina	Juane de Gallina	Juane de chonta

Inchicapi de gallina Juane de Gallina		Juane de gallina
<b>Pescado:</b>		
Uchu Juane Pescado a la hoja Patarashca Maronachado Juane de yuca Nina juane de pescado	Cebiche de tilapia Chicharrón de tilapia Tilapia a la hoja Patarashca de tilapia Tilapia a la hoja Nina juane de tilapia	Nina juane de camarón Nina juane de chonta Patarashca Pescado ahumado Pescado sudado Timbuchi de carachama Uchu juane Uchu yacu
<b>Plátano:</b>		
Tacacho	Tacacho	Tacacho Ceviche de pupo de plátano Plantano api de majambo, camarón y callampa Plantano api de pescado fresco
<b>Cerdo:</b>		
Cecina Chorizo	Cecina Chorizo	Chicharrón
<b>Yuca:</b>		
		Rumu api de callampa Rumu api de cangrejo Rumu api de pescado fresco y seco
<b>Chonta:</b>		

Juane de chonta	Juane de chonta	Juane de chonta
Puré de chonta	Puré de chonta	Puré de chonta
Ensalada de chonta	Ensalada de chonta	Ensalada de chonta
<b>Frejol:</b>		
Poroto Shirumbi	Frejol	Poroto Shirumbi
Frejol		Frejol
<b>Otros:</b>		
Ají de cocona		Parrillitas de pollo, de pescado. Ají de majambo Canguitas de majambo

### 2.7. Población beneficiaria en cada área de intervención

Lugar	N° de beneficiarios	Tienen Restaurante	No poseen restaurante pero venden comida
<b>AHARAM (Lloros)</b>	15 personas 1 persona procede de Guayaquil		Funcionan como Asociación
<b>Sauce</b>	16 personas	7	
<b>Chazuta</b>	13 personas	1	6

En el caso del AHARAM, el primer día de capacitación asistieron 16 personas de Lloros, de las cuales dos de ellas eran representantes de la Municipalidad, la esposa del alcalde y la esposa de un regidor, para mostrar su apoyo y compromiso en el desarrollo de esta iniciativa por parte del gobierno local. Asimismo, se contó con la participación de dos señoras de Santa Elena y un dirigente de esta asociación, quien se comprometió a trasladar a las participantes hasta Yuracyacu en su mototaxi. Finalmente, también asistió una representante de Guayaquil.

Durante los demás días del taller, no se presentaron las señoras de Santa Elena. Cabe resaltar el compromiso de la participante de Guayaquil, quien hizo todo el esfuerzo necesario para poder



participar del taller, a pesar del esfuerzo que le significó mudarse a Lloros por los días que duró la capacitación.

En cuanto a Sauce, a pesar que en la fase exploratoria se presentaron 25 personas señalando que irían a la capacitación, sólo se presentaron 17 de ellas. De esas personas, dos de ellas se retiraron del taller, la señora representante del local Lagartohuasi, a pesar de ser una de las más comprometidas y contar el apoyo de su esposo, se retiró al quinto día de haber empezado la capacitación, ya que tenía un viaje programado a Juanjuí, el cual no podía posponer. En cuanto al señor Pablo Ramírez, participó el primer día señalando que al día siguiente tenía que hacerse cargo de la juguería en la que trabaja y que probablemente no asistiría. El primer día práctico, asistió al taller y señaló su disconformidad por cómo se llevaba a cabo la capacitación en cuanto al mejoramiento de procesos de las recetas trabajadas ese día; después de esa sesión, no se volvió a presentar.

En el caso de Chazuta, la fecha en que se programó la capacitación tuvo que cambiarse por el problema de la huelga y del desabastecimiento que trajo como consecuencia. La fecha en que finalmente se reprogramó la capacitación fue igualmente complicada ya que coincidía con las fiestas patronales, sin embargo, se planteó no trabajar el 24 de junio, día de San Juan y el 29 de junio, día central de la fiesta patronal. En la etapa de levantamiento de información, 20 personas señalaron estar interesadas en la capacitación, sin embargo sólo 13 participaron. Los motivos que señalaron para su inasistencia fueron:

- Las actividades que se desarrollan en esas fechas.
- La poca necesidad de capacitarse, porque ellas igual venden.
- El hecho que la capacitación sea en el restaurante del hospedaje de la señora Blanca Vela.

El hecho que más llamó la atención fue el desacuerdo expresado por el lugar en el que desarrollaría el taller, ya que en un principio se plantearon tres alternativas, un colegio del distrito, el centro cerámico Wasichay y el restaurante del hospedaje de la señora Blanca Vela. Sin embargo, las demás alternativas no prosperaron, por lo que se tomó esta opción.

### CAPÍTULO III

## 3. SOBRE LOS TALLERES DESARROLLADOS

### 3.1. Descripción de la Metodología Utilizada

La metodología empleada consistió en realizar talleres de capacitación por un lapso de diez días consecutivos en horario de la tarde, en cada zona de intervención, realizándose en el siguiente orden: primero en ACM AHARAM Sector Lloros, luego en Sauce y finalmente en Chazuta.

Los talleres de capacitación fueron teórico-prácticos bajo la responsabilidad de dos profesionales de la gastronomía con formación en ciencias sociales (economía y educación). Dicha capacitación se enriqueció con la información recogida en la fase exploratoria que se realizó previamente en los tres pilotos, durante tres días en cada uno de ellos.

Para hacer la experiencia y el trabajo más significativo se aprovecharon sus saberes previos en temas de: cocina, abastecimiento, conocimiento de estacionalidad de cosechas, higiene entre otros. Este aspecto es fundamental para que se oriente el proceso hacia el desarrollo de capacidades, la reflexión y sensibilización. Cada sesión se aprovechó como un laboratorio de pruebas sobre los conocimientos impartidos en la sesión anterior, verificando el cumplimiento y compromiso con cada temática desarrollada. Se puso particular énfasis en los temas de higiene y buenas prácticas de manipulación de alimentos.

En el caso de AHARAM - Lloros fueron evaluados en tres oportunidades:

- La primera vez en el servicio de desayuno para Javier Quintana, consultor de comunicación.
- La segunda oportunidad en el servicio de desayuno y almuerzo para Margarita Palla Prieto y Walter Vizarreta, consultores de nicho de mercado.
- La tercera fue al concluir la capacitación, hicieron la presentación del servicio de almuerzo. Se agruparon en tres equipos, con menús diferentes y se evaluó su desempeño en el servicio integral: la bienvenida, la atención en el comedor, las buenas prácticas de manipulación e higiene de alimentos, la preparación de los platos y las recetas costeadas.

Luego de cada una de las tres oportunidades de atención que realizaron, se hacía la respectiva evaluación y retroalimentación.

En la capacitación de Sauce, la evaluación se realizó de dos maneras:

- La primera, se tomó el servicio de alimentación (almuerzo) de 5 lugares diferentes. Visita que se aprovechó para, de acuerdo al servicio recibido, formular una serie de recomendaciones vinculadas a: la atención, la higiene, el establecimiento, el orden en la cocina, la carta y los precios.
- La segunda, consistió en la realización de un Festival Gastronómico. Este festival fue organizado desde el inicio de la capacitación. Se realizó un plan de trabajo con responsabilidades específicas, se formaron tres grupos de trabajo, se prepararon 136

porciones de comida de los diferentes platos locales, destacando los hechos a base de tilapia. Todo el proceso fue monitoreado por los consultores, sin embargo las decisiones siempre fueron tomadas por los actores.

En el caso de Chazuta la evaluación se realizó de dos maneras:

- La primera con su participación en el Festival Gastronómico convocado por la municipalidad con ocasión de la fiesta patronal. Se realizó un plan de trabajo con responsabilidades específicas, se formaron tres grupos, se prepararon 142 porciones de comida de los diferentes platos locales, destacando el uchu yacu y el rumu juane. Todo el proceso fue monitoreado por los consultores, sin embargo las decisiones siempre fueron tomadas por los actores.
- La segunda se realizó al finalizar la capacitación con una muestra del servicio de almuerzo-merienda, invitando a los guías locales, a sus familiares y a algunos trabajadores de la municipalidad de Chazuta. Se organizaron en grupos y se evaluó todo el proceso, además pusieron en práctica los conceptos básicos de gastronomía y atención al cliente. La acogida, aprobación y agradecimientos de los invitados refleja un buen desempeño de las señoras participantes.

### 3.2. Temática Abordada y Conceptos Básicos

Temática:

1. <u>Buenas prácticas de higiene.</u>	Forma adecuada de higienizar los establecimientos donde se preparan los alimentos. Correcto lavado de manos.
2. <u>Buenas prácticas de manipulación de alimentos.</u>	Las buenas prácticas de manipulación de alimentos garantizan la seguridad de los comensales, porque se establecen formas y protocolos de seguridad en todas las etapas del proceso: recepción, control de temperatura, lavado, desinfección, porcionamiento, almacenamiento, zona de producción de los insumos hasta el producto final, que es el plato servido.
3. <u>Técnicas culinarias</u>	Las técnicas culinarias se refieren básicamente a los procedimientos sistematizados del trabajo en cocina, a los métodos de corte, a los métodos de cocción y presentación de los platos.
4. <u>Atención al cliente</u>	La atención al cliente en servicios de restauración comprende la bienvenida del comensal, el montaje y desmontaje de la mesa y del espacio en el que el comensal va a disfrutar de la experiencia gastronómica.
5. <u>Costeos de platos</u>	El costeo es una herramienta que permite a los empresarios de la gastronomía medir cuánto le cuestan los insumos que demanda la preparación, cuánto tiempo invierten, cuáles son sus gastos fijos, cuánto le debe quedar de utilidad y cuál sería un precio justo.
6. <u>Estrategias básicas de asociatividad en gastronomía</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoreconocimiento como un colectivo.</li> <li>• Delegar funciones.</li> <li>• Reinvertir.</li> <li>• Planes y metas a corto y mediano plazo.</li> <li>• Autoevaluación: aspectos positivos y negativos de cada actividad.</li> </ul>

## Conceptos básicos

### Estacionalidad de insumos

La estacionalidad se refiere a las épocas de año en que se producen determinados alimentos en mayor cantidad y calidad. Pero también está orientado al uso y promoción de platos preparados a base de los insumos de estación para potencializar su aprovechamiento, precio, conservación y contribuir con la ecología.

### Contaminación cruzada

La contaminación cruzada se produce cuando microorganismos patógenos (dañinos), generalmente bacterias, son transferidos por medio de alimentos crudos, manos, equipo, utensilios a los alimentos sanos.

## 3.3. Principales Logros Obtenidos

### 3.3.1. Lloros

- Los participantes reconocieron los aspectos de higiene y manipulación de alimentos en los que tienen que mejorar.
- Los actores tomaron conciencia de la importancia del uso de mandiles, gorros zapatos cerrados para el cuidado de la higiene y la buena presentación frente al comensal.
- Los asociados durante la capacitación misma implementaron las mejoras sugeridas para su tambo de cocina.
- El trabajo en equipo, el hecho de que los diferentes comités (guiado - cocina) se hayan apoyado mutuamente, ha fortalecido el trabajo colectivo entre los actores.
- Cuentan con herramientas prácticas para realizar costeo de platos y una base de datos de las preparaciones trabajadas con sus respectivos costos, los cuales sólo necesitan ser actualizados periódicamente.
- El comité gastronómico trabaja conjuntamente con los guías y facilita la atención en el servicio de alimentación. Las labores prácticas las hacen entre todos: recojo de leña, limpieza del tambo comedor, entre otras.

### 3.3.2. Sauce

- Disponibilidad y apertura para la organización de festivales gastronómicos que promocionen sus platos típicos y la asociatividad.
- Han logrado trabajar en los festivales con tickets para evitar la manipulación de dinero y alimentos a la vez.
- La venta generó ingresos económicos.
- La preparación previa antes al festival.
- El evento empezó puntual, según lo programado.
- Se colocaron reseñas describiendo cada plato.

### 3.3.3. Chazuta

- Los participantes reconocieron los aspectos de higiene y manipulación de alimentos en los que tienen que mejorar.
- Ser más conscientes en el uso de mandiles, gorros zapatos cerrados para el cuidado de la higiene y buena presentación frente al comensal.
- El trabajo en equipo, el hecho de haber realizado el festival, ha fortalecido el trabajo colectivo entre los actores.
- Disponibilidad y apertura para la organización de festivales gastronómicos que promocionen sus platos típicos y la asociatividad.
- Han logrado trabajar en los festivales con tickets para evitar la manipulación de dinero y alimentos a la vez.
- La venta generó ingresos económicos.
- Buen sabor y variedad en las comidas típicas.

- Construcción anticipada del tambo en el que se expenderían los platos.
- Atención con calidez y amabilidad.
- Capacidad de respuesta y solución de problemas.
- Limpieza permanente del tambo.
- Recibieron apoyo de sus familiares.
- Se colocaron reseñas describiendo cada plato.
- Crearon un fondo de reinversión equivalente al 33% de la utilidad.



**CAPÍTULO IV**

**4. TAREAS PENDIENTES Y MONITOREO**

**4.1. Modelo: Cómo Planificar un Evento**

<p><b>PLANIFICACIÓN</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué queremos hacer?</li> <li>2. ¿Cómo lo vamos a hacer?</li> <li>3. ¿Cuándo lo vamos a hacer?</li> <li>4. ¿Dónde lo vamos a hacer?</li> <li>5. ¿Con qué recursos económicos y humanos lo vamos a hacer?</li> <li>6. ¿A quién vamos a ofrecer nuestro evento?</li> <li>7. ¿Para qué vamos a hacer nuestro evento?</li> <li>8. ¿Cuánto nos va a costar y a cuánto lo vamos a vender?</li> <li>9. ¿Cómo vamos a dar a conocer nuestro evento?*</li> </ol>	<p>Concepto del evento</p> <p>Métodos, estrategias</p> <p>Calendario festivo, frecuencia</p> <p>Lugar, en la plaza, en un local</p> <p>Dinero para invertir, número de asociados y capacidades que poseen.</p> <p>Clientes locales, regionales, nacionales.</p> <p>Buscar objetivos y metas sostenibles</p> <p>Costear recetas, mesas, combustible, servilletas, agua.</p> <p>Establecer porcentaje de utilidad y de reinversión. Establecer precio de venta justo</p>
<p><b>TRABAJO EN EQUIPO</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organizar y delegar funciones específicas a cada integrante.</li> <li>2. No sólo hablar, sino actuar.</li> <li>3. Evitar discusiones delante de los clientes.</li> <li>4. Escribir los planes de trabajo individual y grupal</li> <li>5. Evaluar y retroalimentar las capacidades.</li> </ol>	

<b>PROMOCIÓN DEL EVENTO*</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nombrar comisiones de difusión para promocionar el evento con la DIRCETUR, los Operadores turísticos, los hoteles de Tarapoto, Moyobamba y Rioja, los transportistas, medios de comunicación local y regional.</li> <li>2. Coordinar con los guías locales que fueron capacitados por el PBD para que ofrezcan los atractivos turísticos del lugar..</li> </ol>	
<b>PRECIO</b>	Evaluar precio, hacer un balance calidad de servicio, logros, tareas pendientes, dificultades.	

#### 4.2. Tareas y metas para establecimientos de expendio de alimentos en Sauce y Chazuta

**Esta relación de tareas y metas debe tener plazos y cantidades que se puedan medir, es decir, establecer fechas concretas.**

**No es una lista cerrada se pueden añadir nuevas tareas o metas y perfeccionar las propuestas.**

1. Mejorar infraestructura de cocinas: pisos, paredes.
2. Mejorar infraestructura de comedores: pisos, paredes.
3. Puestos ambulantes: tachos de basura con tapa, baldes con caño y toldos.
4. Mejorar limpieza de locales y establecer frecuencia de limpieza general.
5. Erradicar presencia de animales en establecimientos y puestos ambulantes.
6. Hacer una lista de buenas prácticas de manipulación de alimentos e higiene que realizarán en cada local.
7. Utilizar uniformes de cocina, y uniformes de atención en comedor.
8. Establecer tiempos de atención desde que llega el comensal.
9. No ofrecer platos a base de animales de monte, si no hay criaderos.
10. Enseñar y concientizar a su personal las buenas prácticas de manipulación de alimentos e higiene.
11. Comprar vajilla hotelera al por mayor, coordinar con los establecimientos que realizarán el pedido y en qué fecha se haría. En el caso de Chazuta usar tiestos.
12. Comprar utensilios de acero y tablas acrílicas cada mes hasta lograr un stock básico y adecuado.
13. Registrar a los comensales que llegan a sus establecimientos y evaluar la atención brindada.
14. Registrar los platos que más se venden y evaluar por qué.

15. Hacer festivales cada 2 meses e ir evaluando su progreso.
16. Concientizarse sobre la veda de tilapia y explicar la importancia de no vender dicho pescado en esa época a cada comensal.
17. Hacer una carta de restaurante ordenada y con buena presentación. (entradas, platos de fondo, desayunos, bebidas, guarniciones, etc.)
18. Integrar a las personas que trabajaron en el festival y la capacitación a las asociaciones.
19. Reinvertir utilidades de la asociación y de sus propios establecimientos.
20. Mejorar los indicadores de limpieza y satisfacción en las encuestas del 2009.
21. Establecer reuniones periódicas para evaluar el progreso de las tareas y metas.

#### 4.3. ¿Cómo dar Continuidad al Proceso?

- Implementando un plan de asistencia técnica en gastronomía.
- Realizando un manual que se publique sobre los temas desarrollados en la capacitación gastronómica.
- Incorporando a gobiernos locales en el monitoreo y apoyo a los programas hechos, para que cumplan funciones de supervisión de establecimientos de comida. Inspecciones de sanidad coherentes con el reglamento sobre vigilancia y control sanitario de Alimentos y Bebidas (Decreto Supremo No. 007-98-SA)
- Fortaleciendo las asociaciones gastronómicas.
- Implementando sistemas de certificaciones locales de gastronomía, higiene y buenas prácticas de manipulación.
- Monitoreando el cumplimiento de las metas establecidas por ellos mismos.
- Ofreciendo servicios de gastronomía para los visitantes a través de los operadores turísticos, mediante una inscripción o registro con las instituciones vinculadas al turismo.

#### 4.4. ¿Cómo Monitorear los Resultados Obtenidos?

##### Sauce y Chazuta

- Contratar un servicio de supervisión de sanidad coherente con el reglamento sobre vigilancia y control sanitario de Alimentos y Bebidas (Decreto Supremo No. 007-98-SA) a establecimientos de expendio de alimentos.
- Fiscalizar la veda de la tilapia para cumplir con el concepto de ecoturismo. Convenio con PRODUCE del Ministerio de la Producción, cuya oficina está en Sauce.
- Fortalecer o crear la conciencia empresarial y competitividad para dar servicios con mejores estándares de calidad, que aseguren la recomendación y el retorno de los comensales.
- Establecer hacia dónde se quiere dirigir la reinversión de los ingresos de las dos asociaciones.
- Registro de turistas y agencias.

##### Lloros

- Hacer replica con los grupos de Santa Elena y Tingana.
- Presentar propuestas de menús (desayuno - almuerzo).
- Implementar encuestas de satisfacción y buzón de sugerencias
- Establecer un libro de visitantes.
- Realizar una muestra a los principales operadores turísticos de Tarapoto y Moyobamba, así como hoteles.

## 4.5. Conclusiones y recomendaciones

- Establecer un orden lógico en las consultorías a fin de contar con herramientas y recursos actuales, para implementar mejor las capacitaciones, por ejemplo el tema de segmento de mercado o comprensión y sensibilización sobre temas de ecoturismo. Hubiera sido favorable tener dicha información antes de las capacitaciones.
- Sería interesante congregar a los consultores para exponer en conjunto su visión del trabajo en los pilotos.
- Hay que comer lo que en el lugar es típico, enseñar a los visitantes la experiencia de disfrutarlo y las alternativas gastronómicas que se presenten; sean con insumos regionales para salvaguardar la cadena de valor, tanto en el servicio como en los productos.
- Avanzar en los procesos de formalidad, inscripción en Registros Públicos y SUNAT.
- Sensibilizar a los actores en el concepto de ecoturismo.
- Acompañamiento y asistencia técnica.
- Capacitación en gestión de empresas gastronómicas con una contrapartida de los actores.
- En Chazuta, la calidad de sus insumos por ser cultivados en tierras libres de pesticidas, fertilizantes químicos y armonizados con la conservación ecológica y protección de la biodiversidad, se podría vender la gastronomía como un producto ecológico u orgánico, como un refugio de alimentación privilegiada y conseguir la certificación de productos orgánicos.
- Uno de los retos de los actores, cooperantes, autoridades y consultores será vender el misticismo que conlleva saborear un plato emblemático de la cocina regional de San Martín y no sólo, satisfacer una necesidad o un servicio, sino la experiencia de conocer su origen, la importancia del agricultor, el transportador, el comercializador, la cocinera y la familia en su conjunto, para preparar dichos platos.
- Los trabajadores de establecimientos deberán contar con carnets sanitarios.

## BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Brack E, A. PERÚ: DIEZ MIL AÑOS DE DOMESTICACIÓN. 2003
- GOBIERNO REGIONAL SAN MARTIN *PLAN ESTRATÉGICO REGIONAL DE TURISMO DE SAN MARTÍN* (GTZ-Programa Desarrollo Rural Sostenible – PDRS, Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación – COSUDE, Secretaría de Estado de Economía – SECO)
- Maldonado, C. *PAUTAS METODOLÓGICAS PARA EL ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS DE TURISMO COMUNITARIO*. Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS) OIT.
- MINCETUR *MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS PARA RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES*. Plan Nacional de Calidad Turística.
- MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo) *BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE / Guía metodológica para el desarrollo de turismo sostenible en el Perú*.
- MINCETUR *PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL DE TURISMO PENTUR 2008*
- MINCETUR *Plan Nacional de Calidad Turística CALTUR –*
- PROMPERU, *MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE*.
- Proyecto Perú biodiverso (GTZ-SECO-MINCETUR) – Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín – Municipalidad Provincial de San Martín *ENCUESTAS SOBRE LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE EN SAN MARTÍN* . Febrero 2009.
- Revista pasos *PATRIMONIO ALIMENTARIO Y TURISMO: UNA RELACIÓN SINGULAR*. Volumen 2 N°2 2004
- Rochat, M. *Marketing y Gestión de la Restauración 2000*
- TURISMO Y COMUNIDADES INDÍGENAS: IMPACTOS, PAUTAS PARA AUTOEVALUACIÓN Y CÓDIGOS DE CONDUCTA.
- UNCTAD (Programa de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo). *PRINCIPIOS Y CRITERIOS DEL BIOCOMERCIO*