



Evaluación del Turismo Gastronómico en el Perú

Objetivos de la investigación



Conocer la percepción del Perú como destino gastronómico en la cadena comercial (operadores turísticos) y en las asociaciones / gremios / blogueros del sector Turismo de Estados Unidos y Brasil.



Conocer la percepción de los líderes de opinión del sector gastronómico y turístico del mercado peruano y español sobre el turismo gastronómico.



Evaluar la percepción de los turistas extranjeros sobre su experiencia con la gastronomía peruana.



Turismo Gastronómico: Concepto y Posicionamiento en el Mundo

Características del Turismo Gastronómico



Es una rama del turismo que se dirige al público que se interesa por la cocina del destino, ya sea gourmet o popular.

Es una rama del turismo que se enfoca en la cocina del lugar de destino y todo lo que le rodea incluyendo todos sus procesos.



Las actividades relacionadas al turismo gastronómico pueden incluir visitas a las granjas que producen los ingredientes, los mercados y tiendas donde se comercializan, clases participativas, degustaciones y encuentros con chefs, entre otras.

El turismo gastronómico es un
COMPLEMENTO del turismo convencional.

Tendencias relativas a la gastronomía

RELACIONADAS A LA EXPERIENCIA

- Búsqueda de una **cocina auténtica y honesta**.
- Tener una **experiencia integral** con relación a la comida y la bebida.
- Crecimiento del **interés por el origen** de los ingredientes y las relaciones sostenibles con el productor.
- Surgen las experiencias **hands on**, es decir, involucrarse en todo el proceso de la comida; desde visitar granjas, mercados/tiendas, elegir y sentir el ingrediente y aprender a cocinarlo uno mismo bajo la guía de un chef local.
- Crecimiento de **economía colaborativa** permite la aparición de portales que ofrecen experiencias gastronómicas en viviendas particulares así como cursos, cenas, etc.
- Surge interés en el **Street food**, ganando importancia los puestos en la calle, mercadillos así como food trucks.
- **Chefs reconocidos** como palanca de la gastronomía de su país transmiten y transportan la imagen de la gastronomía local al resto del mundo.



Tendencias relativas a la gastronomía

RELACIONADAS A LA DIETA

- Mayor preocupación por una **comida saludable, fresca, natural y orgánica** (se evitan los organismos genéticamente modificados – GMO, por sus siglas en inglés).
- Se incorporan las **restricciones dietéticas a la demanda** (alergias, resistencia al gluten y lácteos).

RELACIONADAS LA HISTORIA

- Conocer el **contexto del plato**, desde lo social hasta lo histórico y geográfico.
- Aparición de propuestas que combinan lo **tradicional con la innovación y fusión**.
- Combinación de gastronomía con **actividades culturales para complementar la experiencia**.



¿Qué ofrecen las agencias de turismo a los viajeros?

TIPO DE RESTAURANTES



- Restaurantes conocidos y premiados, pero también los de categoría media y populares (huariques)
- Buen ambiente y excelente servicio (bilingüe)
- Menús flexibles y variados
- Altos estándares de higiene

TIPO DE COMIDA



- Comida local y típica
- Productos frescos
- Sabores distintos y únicos: *"¿A quién se le hubiera ocurrido poner nueces y aceitunas en un mismo plato?" EEUU, líder de opinión*
- Una cocina **honest**a (ingredientes no procesados)

TIPO DE ACTIVIDADES



- Las que logren una inmersión con la cocina local: *hands on experience*.
- Conocer a los chefs, productores y comerciantes
- Clases y degustaciones, *food tours* entre las agencias que ofrecen específicamente gastronomía

La actitud de los tour operadores hacia la gastronomía

Los tour operadores variarán sus políticas sobre la gastronomía dependiendo de su especialidad y del público al que se dirigen.

La Promueven Activamente

- Ofrecen paquetes específicos donde la cocina tiene un lugar privilegiado pero no único. Buscan incluir restaurantes gourmet o típicos dentro de sus paquetes, pero sólo representan una fracción de su oferta.
- Consideran que la experiencia culinaria enriquece el viaje.

“Armé el food tour para ofrecer algo más, algo distinto.” Estados Unidos, Tour operador

La Promueven Parcialmente

- Pueden armar un tour gastronómico ad hoc o a pedido ya que no tienen paquetes ya preparados de antemano en el tema. La comida no es el foco principal de sus paquetes.
- Suelen tener una lista de restaurantes que recomiendan en base a su propia experiencia o bajo la sugerencia de su socio local.

Prefieren no Involucrarse

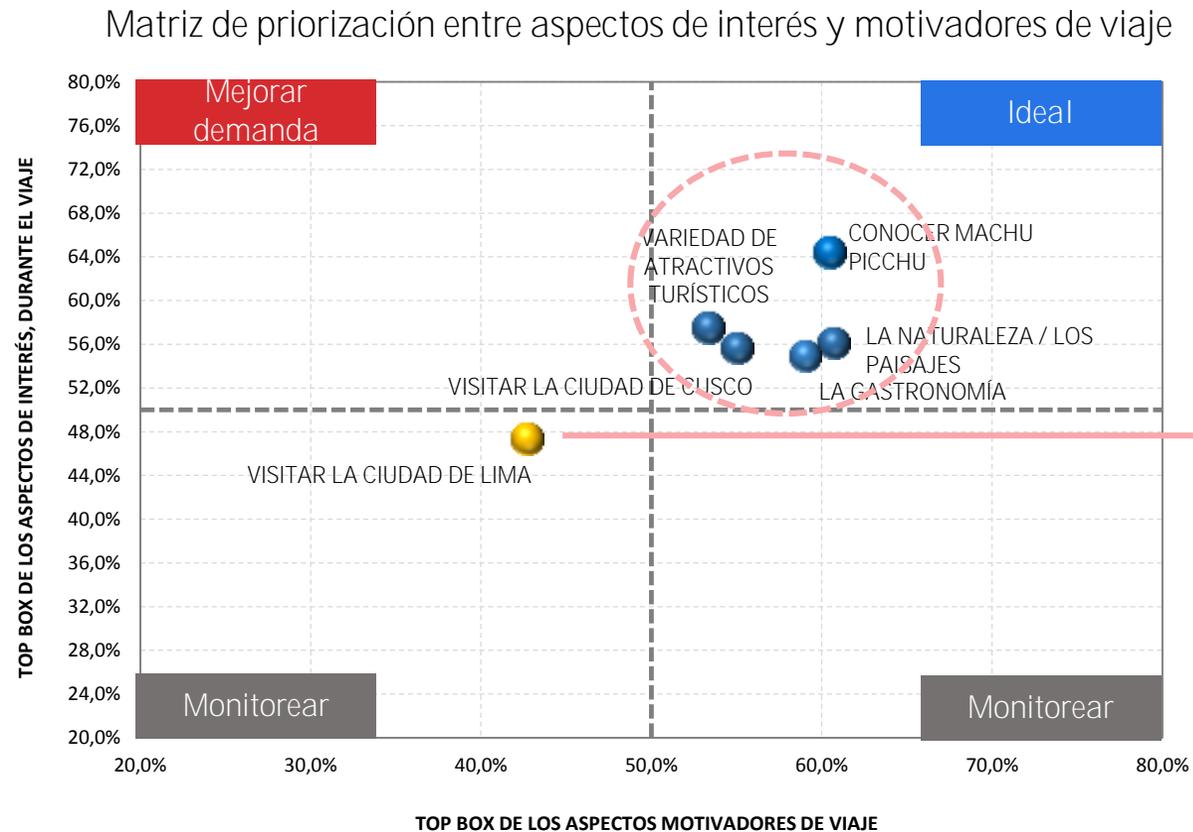
- Prefieren no involucrarse directamente en el tema gastronómico y privilegian paquetes que se enfoquen en una especialidad – por ej. turismo de aventura.
- Sí suelen ofrecer experiencias culinarias, pero dentro del marco de su especialidad (por ej. pachamancas tratándose de turismo rural).
- Prefieren apoyarse en los hoteles donde se hospedan los turistas y consideran que estos deben tener la libertad de elegir dónde y qué comer en el destino.
- Sí hacen reservas o sugerencias a pedido.



Posicionamiento de la Gastronomía Peruana

Importancia de la gastronomía como motivación para la visita

Si bien conocer Machu Picchu es el principal motivo para visitar el Perú, la gastronomía se encuentra entre uno de los aspectos motivadores.



Se podría reforzar la imagen del Lima como la "capital gastronómica" con el fin de generar un mayor interés en la visita de la ciudad.

P10. ¿Qué tan importante es el siguiente como elemento motivador de viaje? (Escala del 1 al 10)

P11. ¿Cuál es su grado de interés con dicho motivo? (Escala del 1 al 10)

Percepciones de la gastronomía peruana

Según los expertos, la gastronomía peruana cada vez se encuentra mejor posicionada. El desarrollo de la misma permite:

Transmitir la
tradicionalidad
en la
preparación

Innovación a
través de la
fusión

Reconocimiento a
nivel
internacional

Oportunidades
para el
desarrollo de
turismo
gastronómico

Además, abre la puerta para la exportación de productos oriundos de nuestro país.

Aspectos positivos y oportunidades de mejora del turismo gastronómico en el Perú

El **82%** de los vacacionistas(*) considera que el Perú es un destino gastronómico y valora la gastronomía y/o comida tradicional del Perú.

Según los 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.
- **Nuevos sabores:** la variedad permite al turista a descubrir nuevos sabores, productos y texturas.
- **Fuente de conocimiento:** Clases de cocina y tradición.
- **Chefs reconocidos** que respaldan la imagen.

(*) Vacacionistas extranjeros mayores de 18 años provenientes de EEUU, Francia, Colombia, Brasil, Argentina y España.

Conocimiento de la gastronomía peruana

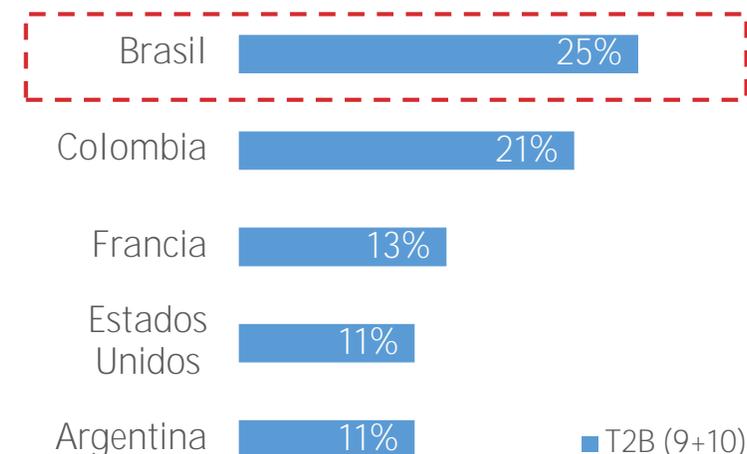
La cocina peruana cumple con las características que marcan las tendencias gastronómicas de los últimos años: productos naturales y de calidad, autenticidad y honestidad en la preparación y fusión; adicionalmente, está creciendo su oferta experiencial integral que incluye el “hands on”.

La gastronomía peruana es percibida como una **ESTRELLA EMERGENTE**, entre los expertos

- Los que tienen un conocimiento mínimo saben que Perú tiene restaurantes premiados de categoría internacional y chefs reconocidos. Entre los elementos que destacan se encuentra el ceviche, pisco sour, Gastón Acurio y el Foro Mundial del Turismo Gastronómico.
- **Es una cocina distinta y única que privilegia los productos frescos, no procesados y de gran calidad.**
- Se percibe que el Perú ofrece una cocina variada por platos y estilos regionales. Sin embargo, tanto a los estadounidenses como a los brasileños, les resulta difícil señalar cuáles son estos.
- Es un país en boga, perciben que es visible desde hace aprox. 10 años.
- Sus ingredientes tienen una calidad muchas veces superior a la de otros países. Ello incluye ingredientes oriundos del Perú. Por ejemplo, papas, aceitunas (conocimiento limitado a “foodies” o “sibaritas”).

Creciente conocimiento de la gastronomía, con énfasis en Brasil y Colombia.

¿En qué medida cree usted que la gastronomía peruana se conoce en su país de residencia?



Conocimiento de la Gastronomía Peruana

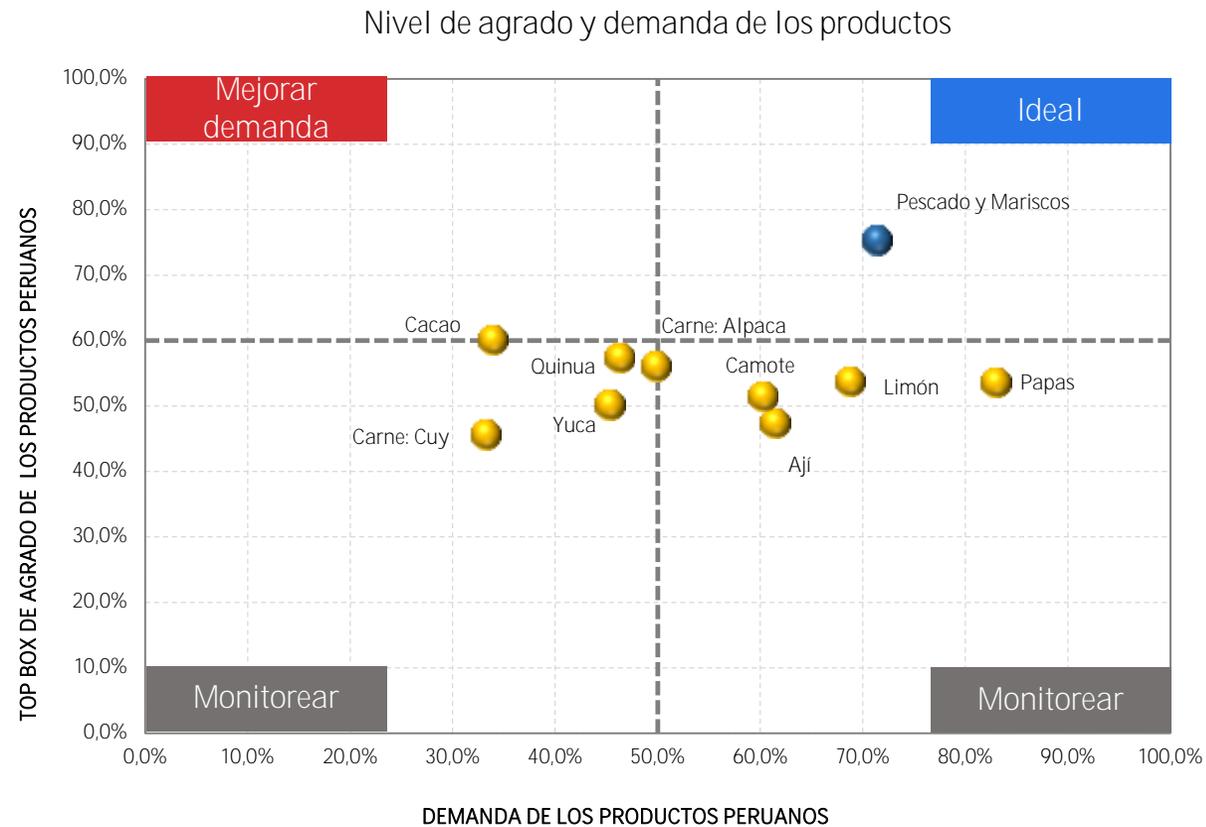
El atractivo de la cocina peruana se basa en sus ingredientes, pero también en las mezclas originales que dan sabores y presentaciones únicas.



En cambio desagrada lo desconocido, los olores fuertes, todo lo que implique entrañas o que se vea **“grotesco”** (gross), especialmente para los estadounidenses.

Conocimiento y agrado de los productos peruanos entre los turistas

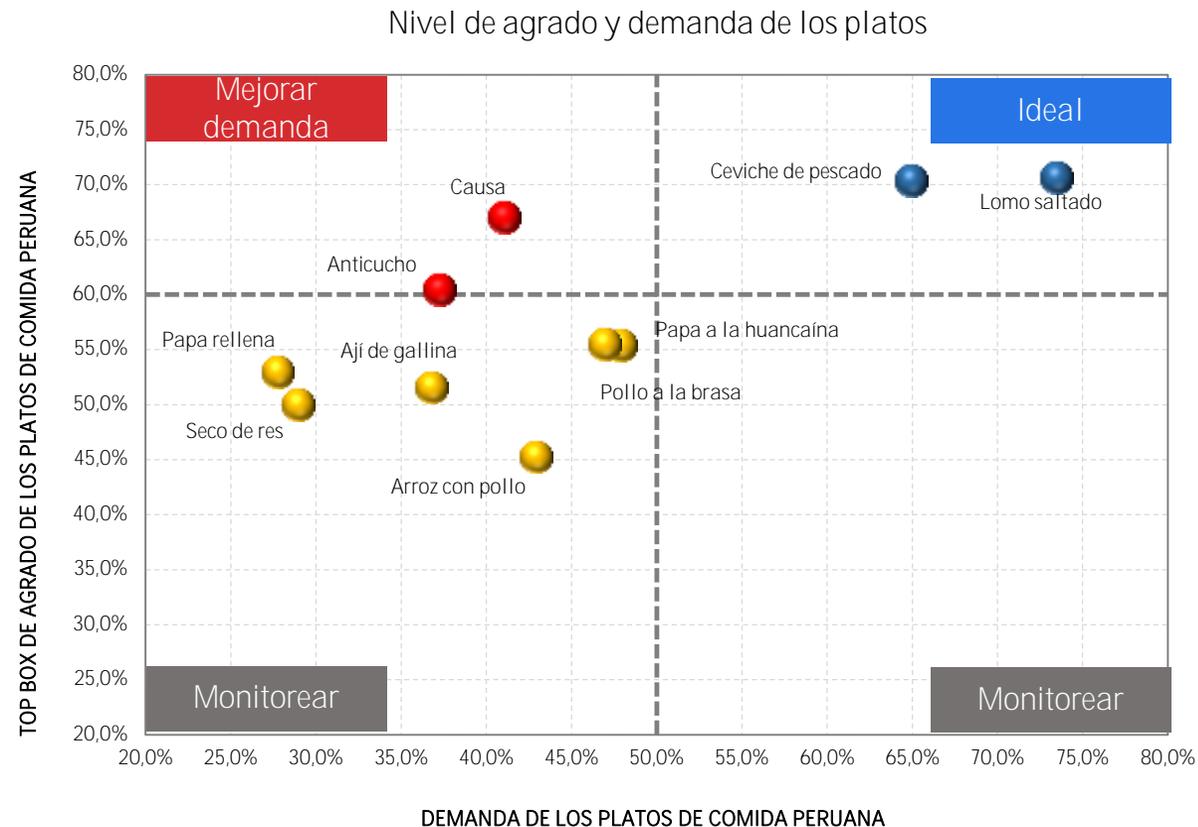
Los platos con pescados y mariscos son los más solicitados y los que cuentan con mayor nivel de agrado entre los vacacionistas extranjeros.



P12. ¿Qué productos peruanos ha probado durante su visita al Perú?
P13. ¿Qué tanto le agradó dicho producto? (Escala del 1 al 10)

Conocimiento y agrado de los platos de comida peruana entre los turistas

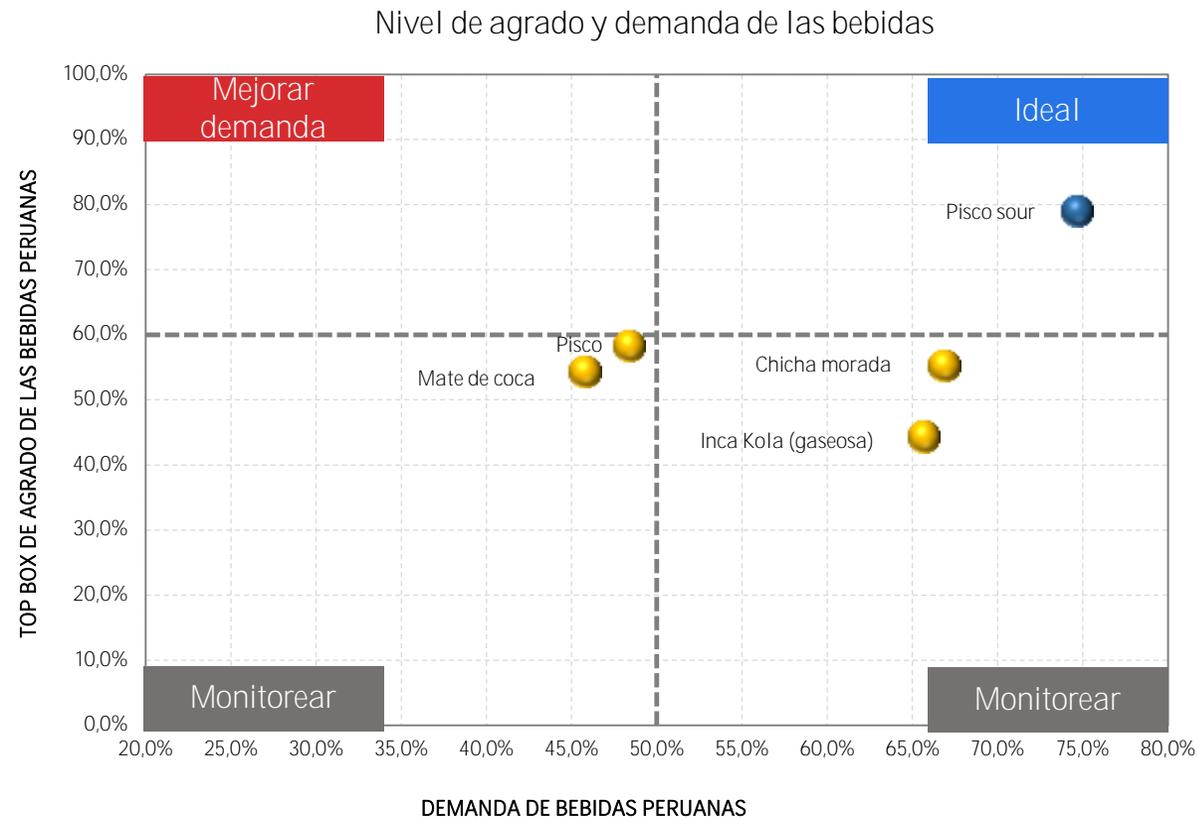
El lomo saltado y el ceviche son los platos que más resaltan, mientras que la causa y el anticucho requieren mayor promoción para mejorar la demanda de los mismos.



P12. ¿Qué productos peruanos ha probado durante su visita al Perú?
P13. ¿Qué tanto le agradó dicho producto? (Escala del 1 al 10)

Conocimiento y agrado de las bebidas peruanas entre los turistas

El pisco sour es la bebida que presenta mayor nivel de agrado y demanda, mientras que las demás bebidas en evaluación presentan oportunidades de mejora en la promoción.



P12. ¿Qué productos peruanos ha probado durante su visita al Perú?

P13. ¿Qué tanto le agradó dicho producto? (Escala del 1 al 10)



Aspectos por Mejorar

Barreras para un mejor conocimiento de la Gastronomía Peruana

- Se percibe que el Perú enfoca excesivamente el atractivo de su oferta en la comida y restaurantes de alta categoría. Esto limita su atractivo al nicho que sólo busca experiencias gourmet.
- Se percibe que el Perú concentra su oferta clásica en unos pocos platos. Por ello, un viajero puede estar sujeto a platos repetidos en distintos restaurantes y ciudades.
- No se conocen muchos restaurantes de calidad con precios de rango medio, tampoco se conoce la oferta popular, igualmente atractiva para muchos.
- Se cree que no se están destacando suficientemente los productos peruanos por su calidad y singularidad (tema atractivo para el viajero brasilero).
- Se sugiere que se incorporen a su oferta las restricciones dietéticas.

Aspectos en la oferta nacional que impiden un mayor crecimiento.



"Concentrarse en los restaurantes de alta cocina es un error, para algunos incluso es intimidante. La cocina peruana necesita hacerse más accesible." Estados Unidos, líder de opinión





Oportunidades para el Turismo Gastronómico en el Perú

Oportunidades para el Turismo Gastronómico en el Perú

- La cocina peruana puede lograr mayor protagonismo y atención comunicando que es sana y de calidad. De esa manera puede fortalecer su posicionamiento, en consonancia con las tendencias relativas a la gastronomía.
- Los centros de producción y comercialización podrían convertirse en ejes de los tours al Perú.



- La cocina peruana debe conocerse como una cocina mega diversa, tanto por sus ingredientes oriundos, oferta regional y estilo.
- Las restricciones dietéticas y la exigencia de comidas con determinadas características deberían ser promovidas en los establecimientos nacionales.
- Los productos nacionales deberían hacerse conocidos por ser superiores y competitivos con respecto a productos similares en otros países.



Conclusiones

Conclusiones

Conocer las percepciones de las asociaciones/gremios/blogueros del sector turismo sobre las tendencias en turismo gastronómico.

El rubro está en crecimiento y evoluciona, es así que gana cada vez más relevancia.

Aparecen nuevos nichos como los “foodies” con un interés profundo en la gastronomía y los “lohas” quienes apuestan por un estilo de vida saludable y sostenible.

Se busca una comida natural, fresca y única. El público busca involucrarse cada vez más en todos los procesos relativos a la cocina: el “hands on” (involucrarse en todo el proceso de la preparación hasta el producto final) es una actividad altamente apreciada que le da un alto valor agregado al viaje.

Se busca la combinación de gastronomía con elementos y actividades culturales que completen la experiencia.

Conocer la importancia de la gastronomía como actividad motivadora de viaje.

Conjuntamente con conocer Machu Picchu, disfrutar la naturaleza, visitar variedad de atractivos y visitar Cusco, la gastronomía se encuentra entre los motivadores para visitar nuestro país.

Sin embargo, la gastronomía no determinará la elección de un destino salvo casos excepcionales: siempre estará supeditada a los atractivos clásicos de un destino.

Conclusiones

Conocer la imagen que tienen los operadores/asociaciones/gremios/blogueros del Perú como destino gastronómico.

Perú es reconocido como un importante destino gastronómico emergente por los especialistas, tanto de Brasil, Estados Unidos como en España.

Su cocina resulta altamente atractiva para quienes la conocen o han escuchado de hablar de ella.

Se le conoce por ser una cocina que privilegia los ingredientes frescos y de alta calidad.

Conocer las fortalezas y debilidades de la cocina peruana.

La gastronomía peruana encaja con las tendencias gastronómicas en la medida que es sana, de calidad, única y sabrosa.

Adicionalmente, existen elementos que favorecen que el Perú sea un destino gastronómico como la fusión, diversidad de climas, experimentación con nuevos sabores y estar apalancados con chefs reconocidos

Dentro de los aspectos por mejorar están el hecho que no se le conoce plenamente, en su amplia variedad, ni en el íntegro de su oferta.

Conocer las barreras que impiden una mayor oferta de rutas gastronómicas hacia el Perú.

Conocimiento limitado de su oferta en platos, ingredientes y variedades regionales.

Conclusiones

Indagar por el conocimiento y percepciones del turista que visitó el Perú

El 82% de los vacacionistas provenientes de Brasil, Colombia, Francia, EEUU y Argentina consideran que el Perú es un destino gastronómico y valora la gastronomía u/o comida tradicional del Perú.

Cabe mencionar que dichos turistas manifiestan que el conocimiento de la gastronomía peruana estaría creciendo en sus países de origen. En tal sentido, el 25% de los turistas brasileños consideran que existe un conocimiento de la gastronomía peruana, en Colombia el 21%, mientras que en Francia, Estados Unidos y Argentina no alcanzaría al 15%

El lomo saltado y el ceviche son los platos que más destacan entre los turistas, por los que se recomienda crear estrategias que permitan su asociación con el Perú, convirtiéndolos en platos bandera.

Conocer las percepciones de los operadores sobre los turistas que viajan motivados por **“conocer, aprender y probar la gastronomía del país”**.

El turista que viaja motivado, en mayor o menor grado, por la gastronomía de un destino, suele ser un viajero experimentado y cosmopolita.

Es curioso y se muestra abierto a las experiencias nuevas y únicas.

Es un viajero que siente curiosidad por todos los aspectos de la cultura del destino.

Ficha técnica

Tipo de estudio	Cuantitativo	Cualitativo	Cuantitativo
Técnica	Entrevistas	Entrevistas	Encuestas por intercepción en el Aeropuerto Jorge Chávez.
Universo	Altos ejecutivos del sector turismo (operadores turísticos, gremios, asociaciones) así como líderes de opinión especializados en gastronomía de Estados Unidos y Brasil.	Líderes de opinión del sector gastronómico y/o turístico del mercado peruano y español	Vacacionistas extranjeros mayores de 18 años provenientes de EEUU, Francia, Colombia, Brasil, Argentina y España.
Muestra	20 Entrevistas: 10 EEUU (08 Tour operadores y 02 gremios) 10 Brasil (06 Tour operadores y 02 gremios y 01 medio de prensa)	6 Líderes de opinión: 3 Representantes peruanos 3 Representantes españoles	422 Encuestas: EEUU (105), Francia (66), Colombia (62), Brasil (65), Argentina (62), y España (62).
Fecha de campo	Agosto, 2016	Diciembre, 2016	Diciembre, 2016
Empresa investigadora	Ipsos Opinión y Mercado S.A.	Telecyl Perú SAC (Madison)	Telecyl Perú SAC (Madison)