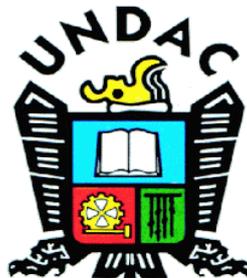


UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ECONOMÍA



TESIS

**“LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA EN CERRO DE PASCO SUS
FACTORES QUE LO DETERMINAN Y SU INFLUENCIA EN EL
EMPLEO AL AÑO 2017”**

PRESENTADO POR:

Bach. Priscilla Jahayra, ESPINOZA HUAMÁN

Bach. Daniel Félix, RODRÍGUEZ LÓPEZ

ASESOR:

Mg. Mery L. OSCANO VICTORIO

Pasco, Perú – 2018

PRESENTADO POR:

Bach. Priscilla Jahayra, ESPINOZA HUAMÁN

Bach. Daniel Félix, RODRÍGUEZ LÓPEZ

SUSTENTADO Y APROBADO ANTE LOS JURADOS

Dr. Ángel TORRES VASQUEZ

PRESIDENTE

Dr. José P. SALAS GAMARRA

MIEMBRO

Mg. Francisco A. HIDALGO MAYTA

MIEMBRO

Pasco, Perú - 2018

DEDICATORIA

A nuestros padres por su
Apoyo incondicional en
Nuestra formación profesional

AGRADECIMIENTO

Se ha culminado la redacción de nuestro trabajo de investigación, consideramos que ha sido una ardua tarea para nosotros, pues ha sido dura la labor que nos hemos encaminado; al culminar el desarrollo de nuestro trabajo de investigación hemos reflexionado que no es fácil dar por terminado un escrito referido a nuestra tesis universitaria. Aparentemente el escribirlo es fácil; pero no lo es, pues consiste en escribir párrafo por párrafo, texto por texto. Podemos hacer un borrador de un artículo, luego pasamos a otro borrador y así sucesivamente y difícilmente logramos concretar el referido escrito. En el desarrollo de nuestro trabajo de tesis se ha tenido esa dificultad; sin embargo, lo hemos superado con creces.

Ya lo dijimos la labor fue ardua, por lo que tenemos que agradecer en primer lugar a Dios por habernos prestado vida, salud y fe, y poder culminar el desarrollo de nuestra investigación; en segundo lugar, agradecer a nuestros padres por haber tenido la tesonera exigencia de cada día y exigirnos de cumplir con nuestro objetivo más próximo, es decir obtener **nuestro Título Profesional de Economista** para poder ejercer nuestra carrera.

Mención especial merecen nuestros maestros universitarios de la carrera Profesional de Economía a quienes tenemos que agradecerles por nuestra formación profesional. A todos ellos, nuestro agradecimiento.

Por otra parte, tenemos que agradecer a nuestra profesora Asesora el Dra. **Mery Luz, OSCANO VICTORIO** que gracias a sus orientaciones precisas hemos podido culminar la presente investigación. También tenemos que agradecer a nuestros compañeros de promoción, quienes nos han alentado en seguir adelante.

PRISCILLA Y DANIEL

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada: “**LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA EN CERRO DE PASCO SUS FACTORES QUE LO DETERMINAN Y SU INFLUENCIA EN EL EMPLEO AL AÑO 2017**” ha analizado lo concerniente a la industria gastronómica, a los factores que lo incentivan y por tanto al incremento de empleo que puede dar esta industria. La gastronomía en el Perú esta muy reconocida por los países del mundo, la comida hoy en día se ha convertido en el Perú un “sector” que aporta a la economía entre el 6 y 7% del PIB, como lo dice el INEI. Un aspecto importante de la gastronomía es el aporte al empleo que está en relación con el PIB real¹, lo que no quiere decir que el PIB nominal² no sea persé importante y lo utilizamos en la parte descriptiva de nuestra investigación.

En el capítulo I del trabajo de investigación se ha planteado el problema; es decir se ha descrito la realidad de lo que viene sucediendo con la industria gastronómica en el Perú, el Perú es privilegiado en cuanto a la tenencia de cientos de platillos que se ofrece al público nacional y extranjero; Sin embargo se ha identificado problemas al ampliar nuestro radio de acción, a nuestros emprendedores les falta capacitación para la atención, para la gerencia o administración de nuestros negocios, de manera que estos temas tenemos que superarlo. Estos temas lo abordamos en este capítulo, donde también formulamos los problemas y los objetivos de la investigación.

En el capítulo II, que se refiere al Marco Teórico vemos el fundamento de nuestra investigación, aquí definimos las teorías de del tema que tratamos, teorías de distintos autores, discusiones teóricas y prácticas, se presentan las distintas teorías de autores de libros, revistas, textos, ensayos paper acerca del tema de investigación. Empezamos con los antecedentes de la investigación, es decir temas análogos al que estamos realizando, presentamos las discusiones y resultados de temas tratados con anterioridad al tema que hemos ejecutado, es decir acerca de la industria gastronómica y como ha venido desarrollando a través de los años, se ven los factores que han ocasionado que

¹ **El PIB real es la producción de bienes y servicios finales producidos en un país pero a precios constantes**, es decir, el PIB real elimina el cambio de los precios a lo largo de los años.

² **El (PIB) nominal** es el valor a precios de mercado (a precios corrientes) de la producción de bienes y servicios finales producidos en un país durante un período determinado; refleja estos cambios anuales en incrementos (inflación) o disminuciones (deflación).

seamos un exponente a nivel mundial de los cientos de platillos que podemos ofrecer. También vemos cómo podemos superar algunas deficiencias en el desarrollo culinario; nos falta centros especializados de capacitación, falta eliminar los visos de informalidad, implementar la cultura de recepción a los turistas sean nacionales o extranjeros, ellos traen divisas frescas y consumen muestran gastronomía. “la mejor recepción es vital para ensalzar nuestra cocina”.

El capítulo III considera la metodología y técnicas de la investigación, es decir se presentan el tipo y nivel del mismo, esta investigación es de tipo aplicada y documental, aplicada por que sale en forma práctica de la realidad misma, es decir del consumo gastronómico de nuestras comidas. De manera que nuestra investigación es práctica, pero también es documental por que se basa en revistas y documentos emitidos de los mismos emprendedores de la cocina.

Por otra parte, nuestra investigación tiene un diseño transversal, porque utilizamos algunas preguntas como encuestas, las encuestas están realizadas a personas seleccionadas por nosotros mismos (muestra por conveniencia). Las encuestas lo realizamos a entes empresariales confinados en nuestra provincia de Pasco, lo realizamos como un caso de lo que viene sucediendo a nivel nacional. Nuestra investigación también es longitudinal porque utilizamos datos de series cronológicas a través de los años hasta el 2017. Los datos son oficiales emanados del INEI y de las memorias del BCRP.

En el capítulo IV se muestra los resultados de la investigación, allí contamos con la descripción de la investigación, describimos las variables que conforman las hipótesis, la descripción del fenómeno es importante porque nos ayuda a conocer sus fluctuaciones. En esta parte también abordamos la discusión de resultados de las variables que se describen. También vemos la contrastación de las tres hipótesis planteadas, vemos que las variables de las hipótesis se relacionan entre sí. Eso lo demostramos aplicando el programa Stata y el programa “Ji cuadrada”, aquí aplicamos la teoría y práctica de la estadística a la economía.

ÍNDICE

CARATULA	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
INTRODUCCIÓN	
ÍNDICE	

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la realidad.....	09
1.2. Delimitación de la investigación.....	19
1.3. Formulación del problema.....	21
1.3.1. Problema general.....	21
1.3.2. Problemas específicos.....	21
1.4. Formulación de objetivos.....	21
1.4.1. Objetivo general.....	21
1.4.2. Objetivos específicos.....	22
1.5. Justificación de la investigación.....	22
1.6. Limitaciones de la investigación.....	22

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes del estudio.....	24
2.2. Bases teóricas – científicas relacionados con el tema.....	26
2.3. Definición de términos básicos.....	55

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo y nivel de investigación.....	57
3.1.1. Tipo de investigación.....	57
3.1.2. Nivel de la investigación.....	61
3.2. Método y diseño de la investigación.....	61
3.2.1. Método de la investigación.....	61

3.2.2. Diseño de la investigación.....	63
3.3. Universo y muestra.....	67
3.3.1. Universo del estudio.....	67
3.3.2. Universo social.....	68
3.3.3. Unidad de análisis.....	69
3.3.4. Muestra de la investigación.....	69
3.4. Formulación de hipótesis.....	72
3.4.1. Hipótesis general.....	72
3.4.2. Hipótesis específicas.....	72
3.5. Identificación de variables	73
3.6. Definición de variables e indicadores.....	73
3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	75
3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	76

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS OBTENIDOS

4.1. Descripción del trabajo de campo.....	78
4.2. Presentación, Análisis e Interpretación de resultados obtenidos.....	79
4.3. Contrastación de hipótesis.....	92

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD

El presente proyecto de investigación pretende encontrar en su desarrollo, cómo se viene desarrollando la industria en los restaurantes en la provincia de Pasco. A través de miles de años el arte culinario se ha ido desarrollando, hasta convertirse en una verdadera industria, porque se trata de transformar los insumos agrícolas, insumos pecuarios e insumos del reino mineral en productos transformados útiles para el consumo humano.

Se dice que el Perú es un país riquísimo en la variedad de comidas y lo que es mejor se dice que tiene la mejor comida del mundo, por lo que Pasco no podría quedarse al margen de esta calificación.

Nuestra investigación pretende determinar los factores que determinan en la industria de la comida de los restaurantes de la provincia de Pasco, del 2007 al año 2010, para ello se tendrá en cuenta evaluar de qué manera la capacitación del recurso humano nos permite lograr servicios de calidad, así mismo se evaluará de qué manera la capacitación de los recursos humanos nos permite lograr servicios de calidad, también es importante evaluar el uso de la tecnología, de los insumos, materias primas y los sistemas de financiamiento para las MYPES. Esta evaluación nos ayudará a lograr la modernización de la producción y su productividad en la industria de la cocina de nuestros restaurantes; hoy en día tan importantes en la economía peruana y pasqueña.

1.1.2. EL PROBLEMA DE LA GASTRONOMIA

Los restaurantes están sin duda relacionados con la comida, y la comida es la vida de las personas, la alimentación atañe a todas las personas como derecho, por lo tanto; son las autoridades municipales quienes son responsables que estos establecimientos estén regulados. Dentro de las limitaciones internas podemos mencionar la falta de personal calificado que cuente con las competencias, destrezas y habilidades que los estándares del mercado exigen; la subutilización y la poca eficiencia en el uso de los recursos; la ausencia de controles de calidad de procesos y productos; el limitado conocimiento de los instrumentos básicos de gestión empresarial, u la falta de un nivel de especialización que coadyuve al aumento de la productividad; los factores que contribuyen y son causa y consecuencia simultáneamente de su débil inserción en los mercados.,

Según INEI – Pasco; se tiene que en el periodo 2007 – 2010, la participación del departamento de Pasco en el PBI nacional fue de 1.1.% promedio anual, la actividad manufacturera participa en el PBI departamental con un 6.5.%. La productividad manufacturera en el departamento de Pasco, es aun incipiente

y su desarrollo presenta limitaciones en razón a la falta de maquinarias, asesoría tecnológica e impulso financiero.

La producción de la actividad industrial registró el comportamiento siguiente:

Al año 2010, la producción culinaria en los restaurantes de nuestra provincia de Pasco registró un crecimiento en la producción de 35% con respecto al año 2001, seguido por las panaderías, el yeso. Pero también registraron crecimiento las impresiones en talleres de imprentas, la industria metalmecánica, las prendas de vestir es decir la manufactura.

El problema de la industria de la cocina o culinaria, es que es una actividad nueva desde el punto de vista del arte, esta actividad se desarrolla en los restaurantes, para consumo humano. Los problemas que se ha podido identificar son:

- La industria de la cocina ¿requiere de artefactos (cocinas) industriales, es decir, de factores físicos de producción? La mayoría de restaurantes cocinan con artefactos poco modernos y no porque cuesten caros sino, por desconocimiento: los administradores son muy empíricos y conformistas, no tienen la perspectiva de mejorar los negocios, solo les basta que el negocio esté caminando; pero no les interesa modernizarlo. De manera que les falta capacitación y modernización en el arte culinario
- ¿Es realmente industria, el arte la cocina? En esta producción lo que se hace es transformar insumos en bienes de consumo directo, en productos fungibles. Transformar los insumos en platos apetecibles por los comensales, es el objetivo del empresario de los restaurantes.
- ¿es importante las líneas de crédito por parte de los bancos comerciales y financieras, a favor de las MYPES que se dediquen a la rama de los restaurantes? Nosotros sabemos

que toda clase de negocio amerita tener inversiones; en este caso del sector privado: con los créditos arreglamos el problema de la escasez de equipos de cocina y otros enseres, arreglaremos el problema de la capacitación del personal, etc.

- Amerita, por parte de la municipalidad, un control estricto del desenvolvimiento de los restaurantes. Debemos ponernos en la cabeza que “la cocina” es el lugar más aseado de la casa, porque allí se produce los alimentos que ingerimos y está relacionado con la salud, con la vida. Los restaurantes que son establecimientos públicos deben estar controlados por la regiduría de las municipalidades.
- ¿Cuáles son los factores determinantes que hacen posible el desarrollo y la productividad de la de la mano de obra, los insumos el capital de la industria de la cocina?
- Es necesaria la capacitación del Personal que trabaja en el área de la cocina y las personas que atienden en las mesas (es decir los meseros o mozos). Capacitación no solo para que sean eficientes en su trabajo, sino también que sean eficientes esmerados y educados con el público, la capacitación pasa por el buen trato y la amabilidad a los clientes.
- El orden, la limpieza en los restaurantes, es un factor de gran importancia, que puede determinar el acceso de los clientes, hay pues clientes que son demasiado exigentes, por tanto los responsables de las administración de los establecimientos.

La presente investigación pretende determinar los factores que influyen en la productividad de las micro y pequeñas Empresa de restaurantes en la provincia de Pasco dese el año 2007 al año 2017, para ello se incidirá en avaluar de que manera la capacitación del recurso humano nos permite lograra servicios de calidad, así mismo se evaluara de que manera el desarrollo en la utilización de la tecnología, el uso de insumos materias primas, y los sistemas de financiamiento para las PYMES, pueden ayudarnos a logara la productividad de estas

organizaciones que son tan importantes en la economía de nuestro país. Para así poder tomar mejores decisiones y logara el crecimiento de este tipo de negocio y analizar como influyen estas actividades dentro de desarrollo de nuestra sociedad.

1.1.3. POBLACION DESORIENTADA POR LA TECNOLOGIA CURINARIA

El problema de este proyecto es de que la población esta desorientada a los nuevos avances de la tecnología y sobre los objetos modernos que hoy en día es indispensable para la preparación de platillos. En si el planteamiento se fija en que las o los usuarios que tienen acceso a si a un ambiente como es la cocina deben de utilizar la tecnología de manera responsable y aprovechar su utilización en forma eficiente como (licuadora, batidora, horno microondas, refrigeradora, extractores, etc.).

Dichos usuarios aún utilizan las herramientas antiguas (el batán, calentados de alimentos en ollas, rayador, hornos artesanos como los de piedra, etc.).

1.1.4. LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS

Las personas encargadas en la preparación de alimentos no se encuentran preparadas para aplicar las normas básicas de BPM, Es así como este proyecto pretende generar un estímulo positivo para que se apliquen las mismas.

El ritmo de vida acelerado que soporta la urbe porteña, hace que la mayoría de las personas que trabajan, viajen grandes distancias a sus diferentes ocupaciones, y no puedan retornar a sus hogares a la hora de almorzar o merendar, recurriendo así a la adquisición de comida en diferentes lugares, desgraciadamente la mayoría de estos sitios incumplen con las más elementales normas de aseo, y refrigeración, esto ocasiona que permanentemente muchas personas se vean afectados en su salud al haber ingerido alimentos no aptos para el consumo humano. Con este proyecto se

pretende corregir formas de elaboración de alimentos, conocer y aplicar las normas básicas de BPM, en negocios, logrando así mejorar la salud de los consumidores. Se pretende concientizar a los responsables de manipular alimentos, a preparar alimentos garantizados, sin mayor inversión sino simplemente con precaución, y sobre todo aseo personal; motivarlos a que apliquen las normas básicas de BPM, con el fin de mejorar sus negocios e ingresos, pues si el cliente observa que existe asepsia, regresará y recomendará el producto a otras personas lo que conlleva a tener mayor éxito.

1.1.5. LA DEBIL INDUSTRIA MANUFACTURERA EN LA PROVINCIA DE PASCO.

Por antecedentes sabemos que la industria en la provincia de Pasco, es muy débil, realmente es casi inexistente. Se carece de insumos maquinarias y equipos, es que el mercado es muy pequeño, se prefiere las inversiones en otras regiones. Nuestra agricultura es muy atrasada, casi se produce para el autoconsumo, por ello los insumos son escasos, o simplemente se distribuyen a la ciudad de Lima. Hay que recordar que los economistas clásicos decían que solo una agricultura desarrollada, puede garantizar una fuerte industria, caso contrario tendremos que recurrir por insumos fuera del país, en este caso fuera de la región³. Es posible que esta teoría no sea tan vigente; sin embargo eso del desarrollo de la agricultura es una necesidad no solo para la industria, sino también para la propia alimentación de la población.

El Cuadro N°1.1 nos muestra el volumen de producción industrial según producto y allí vemos que la producción industrial es pequeña; no destaca tanto en la manufactura. En la industria de la comida de los restaurantes la producción ha sido siempre

³ MAR, Karl. (1780). El Capital. Fondo de cultura.

pequeña, sin embargo, en los últimos años esta ha remontado, como se ve en el cuadro.

**CUADRO N° 1.1.
VOLUMEN DE PRODUCCION INDUSTRIAL SEGÚN PRODUCTO**

PRODUCTO	UNIDAD DEMEDIDA	2007	2008	2009	2010	AL 2017 1/
Panadería	Ciento	258 895	270364	286435	298420	458983
Licores	Litros	4234	4567	4890	4987	5578
Prendas de vestir	Unidad	1386	1456	1568	1876	2566
Muebles y accesorios	Docena	987	1238	1563	1865	2890
Impresiones en General	Ciento	18850	20689	22689	24862	43785
Yeso	Bolsa	22678	24864	2598	27982	28453
Bloques de concreto	Millar	567	642	9258	1243	3487
Productos metálicos	Unidad	1895	2352	2598	2561	3672
Baterías	Unidad	4	3	-----	-----	-----
Tornería	Unidad	590	680	765	865	943
Restaurantes	Platos a la carta	850	1145	1452	1625	2760

FUENTE: DIRECCIÓN REGIONAL Y TURISMO PASCO 2008
1/ PROYECCIÓN

1.1.6. ¿LA COCINA PERUANA VIVIRÁ SIN AFRONTAR LOS PROBLEMAS QUE FRENAN SU CRECIMIENTO?

Hay problemas con la feria Mistura pues los críticos que se acerca “La agonía de una gran feria”, y fue publicado en la web de El País de España.

“Mistura se apaga. La gran feria culinaria que entronizó la cocina peruana cumple su novena edición en medio de un declive que se antoja imparable. Sin apenas patrocinadores, con un considerable descenso en el número de expositores, lagunas en sus instalaciones y una distancia cada día mayor del ciudadano, la hasta cuatro años gran feria gastronómica de Latinoamérica languidece víctima de su propia ambición y el aislamiento generado por sus gestores”⁴.

⁴ Ignacio Medina, el reputado crítico culinario de origen español, no es ajeno a la gastronomía peruana. Hace ya una década que trabaja en tierras nacionales, y sin embargo, una columna de opinión en la que Medina criticaba con dureza Mistura, y señalaba su “agonía” ha motivado más de un furibundo ataque en las redes sociales

En otro párrafo, el crítico gastronómico también señalaba que “pocos confían en que la cifra de 400.000 asistentes anunciada en la pasada edición sea real. Todo ha cambiado, hasta el carácter de la feria. Según estudios realizados por los organizadores, las principales motivaciones de los asistentes a Mistura son hoy los conciertos que se celebran al caer el sol y la asistencia al mercado de productores”.

A. PENSAR CON EL ESTÓMAGO

En un país como el peruano, en el que buena parte de la identidad nacional se basa en lo que comemos -y en cómo lo comemos, las críticas de Medina fueron todo menos bien recibidas. Uno de los más afectados con el gastrónomo fue el periodista Raúl Vargas, de RPP.

“El diario El País de España publicó una nota realmente increíble, en la que un señor (el columnista) que en realidad vino a estas costas y en estas costas se consagró, por algo muy extraño, como crítico gastronómico. Pero como siempre, todo éxito tiene que tener sus críticos y se ha pronunciado diciendo nada menos que Mistura de este año ha sido un absoluto fracaso”⁵.

1.1.7. FALTA DE INNOVACIÓN EN EL BOOM GASTRONÓMICO

La gastronomía peruana es grandiosa, variada y tiene para desarrollarse aún más, sin embargo, el boom gastronómico peruano puede verse estancado sin innovación. Es necesario enfrentar los evidentes “cuellos de botella”⁶, La advertencia fue hecha durante el Foro “Innovación Tecnológica y Nuevas

⁵ Raúl Vargas, de RPP, (2017). Periodista

⁶ Mariano Valderrama,(2017) gerente general de la Sociedad Peruana de Gastronomía (Apega).

Oportunidades de Negocios en la Gastronomía”, que se realizó a fines del año 2017 en la Sociedad Nacional de Industrias.

El presidente de Apega, Bernardo Roca Rey, saludó la voluntad de unir esfuerzos entre la gastronomía y la industria alimentaria, voluntad que se veía graficada en el referido encuentro. Mientras que el vicepresidente de la Sociedad Nacional de Industrias, José Naranjo, reconoció el importante rol de la gastronomía en la economía nacional y puso de manifiesto la voluntad de trabajar de la mano con Apega.

En el evento se presentaron los resultados del proyecto de investigación "Agenda de innovación tecnológica de la gastronomía peruana", que fue desarrollado con el auspicio de Innóvate-Perú. Este estudio -que revela los principales problemas que presenta el sector y propone los pasos a dar para resolverlos desde una perspectiva innovadora- fue realizado como parte del trabajo continuo de la institución rectora de nuestra gastronomía por impulsar el crecimiento del sector.

1.1.8. APEGA: GASTRONOMÍA PERUANA DEBE SUPERAR SUS DEBILIDADES PARA DAR EL GRAN SALTO

De cara al bicentenario de la independencia nacional, la gastronomía peruana, tan reconocida y celebrada en el mundo, debe dar el gran salto, superando todas las debilidades que aún tiene para que se convierta en un motor del desarrollo del país⁷. El gerente dijo que **es prioritario que la cocina nacional mejore la calidad de sus servicios, por ejemplo, en cuanto a inocuidad, que es una de sus grandes deficiencias.**

Hay que hacer grandes esfuerzos por capacitar a los emprendedores dedicados al rubro de la cocina. **Entre el 80 y el 85 por ciento de las microempresas de gastronomía adolecen de problemas de gestión.** Hay que crear centros de emprendimiento

⁷ gerente general de la Sociedad Peruana de Gastronomía (Apega), Mariano Valderrama

e innovación que permitan que estos microempresarios den el gran salto, tanto en las ciudades como en los alrededores, donde hay restaurantes campestres que tienen muy buena sazón, pero no elementos de gestión. **Lo peor que puede pasar es que la gastronomía se duerma en sus laureles**". En el Perú hay muchos centros de formación de chefs, no sucede lo mismo en el caso de los asistentes de cocinas, camareros, personal de salón y otros y eso es necesario mejorarlo para dar un servicio integral de calidad al usuario. Pero también es necesario incentivar el trabajo en equipo en temas de innovación porque lo que se aprecia hasta hoy son restaurantes "donde el chef lo es todo y no hay trabajo colectivo ni lugares de formación".

1.1.9. ¿POR QUÉ NO AVANZA LA COCINA PERUANA?

La alta cocina limeña se detuvo en algún punto del camino y culmina cuatro o cinco largos años de estancamiento. Los grandes restaurantes viven sin excepción ajenos a la estacionalidad de los productos, manejan las mismas cartas e idénticos menús degustación durante años, mantienen estructuras anticuadas y parecen trabajar con la vista puesta en el turista gastronómico que aprovecha la visita a Machu Pichu para acercarse a los comedores más nombrados de la capital, a los que no volverá nunca.

Las cocinas también pueden morir de éxito, o de la complacencia que a menudo llega con él y puede acabar dando la vuelta a todo, transformando sus mayores activos en los principales lastres para el crecimiento. La relación con el producto es el más notable. La grandeza de la despensa peruana se muestra en los restaurantes más a través de tópicos y lugares comunes que de realidades difícilmente cuestionables, como la temporalidad del producto. Frutas y hortalizas mantienen su lugar en las cocinas al margen de las prestaciones que ofrecen en cada momento del año y lo mismo sucede con pescados y mariscos. La búsqueda de productos, la

investigación en torno a su empleo en las cocinas y el esfuerzo para conseguir la excelencia en cada momento del año han dejado de ser motivo de preocupación para casi todos.

1.1.10. ¿GASTRONOMÍA PERUANA EN CRISIS?, ¿AL FONDO HAY SITIO?

Este importante evento gastronómico está presente en la mente y el corazón de todos gracias al invaluable esfuerzo de APEGA, con quienes el país tendrá una deuda de gratitud eterna.

El 2012 la meta de visitantes fue de 600,000 y el resultado fue de 500,000 (17% menos de lo previsto), mientras que en esta versión del 2013, la meta fue de 500,000 y solo se alcanzaron poco más de 350,000 visitantes (30% menos de lo previsto). Es decir, no solo no se están cumpliendo las proyecciones de visitas por 02 años consecutivos sino que el margen de error, a pesar de haber rebajado la expectativa, casi se ha duplicado de un año a otro, siendo además crudo señalar que la convocatoria el 2013 está por debajo inclusive de la alcanzada el 2011.

Pero estas cifras lamentablemente son consistentes con otras evidencias que se registran en el mercado gastronómico peruano que presentamos hoy. En el marco de nuestro rol como Centro de Innovación Tecnológica en Marketing – CITE Marketing, dejamos el presente artículo como un regalo y un reconocimiento al movimiento gastronómico peruano, esperando que las reflexiones, cifras y datos que presentaremos abran el debate sobre el real desarrollo comercial de la gastronomía peruana y la necesidad de consolidarlo mercado lógicamente, aplicando herramientas científicas de Marketing.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo a la problemática descrita, la delimitación, de la presente investigación es la siguiente:

1.2.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL

El periodo de estudio está comprendido al año 2007-2010; veremos cómo ha evolucionado, la producción y la competitividad.

1.2.3. DELIMITACIÓN DE ESPACIO Y TERRITORIO

El espacio geográfico que cubrirá la presente investigación es la provincia de Pasco, representados básicamente por los distritos de: chaupimarca, Yanacancha, Huariaca, Huayllay, Rancas (o Simón Bolívar). Aunque los distritos no representan mayor relevancia.

1.2.4. DELIMITACIÓN SOCIAL

Se consideró a las Micro y pequeñas empresas definidas por los restaurantes.

1.2.5. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL:

a. Arte culinario

Es la capacidad de creación –por parte de nuestros Chefs- de nuevos platos y nuevas formas de presentaciones a los exigentes clientes locales, nacionales e internacionales. La eficiencia se demuestra cuando los clientes aceptan de gran buena manera las presentaciones culinarias.

b. Cocina

En el verdadero sentido, el concepto cocina quiere decir la buena sazón de la comida y múltiples platos por parte de los expertos chefs. Por supuesto hay mala cocina, pero nosotros vamos a analizar la buena cocina. La buena sazón.

c. Industria gastronómica

La cocina cuando se extiende a la producción masificada, tecnificada, financiada, se vende en grandes cantidades y no se escatima por los precios que pueden ser altos para algunos

clientes, pero en realidad no lo son, entonces estamos hablando de industria de la cocina.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. PROBLEMA GENERAL

PG: ¿De qué manera la capacitación de los emprendedores y la gestión empresarial, las inversiones en modernos restaurantes, las ferias culinarias y el turismo receptivo, **influyen** en la industria gastronómica, empleo, el crecimiento del PIB y el crecimiento del empleo?

1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

PE₁: ¿De qué manera, la capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y en gestión empresarial en la ciudad de Cerro de Pasco impulsa positivamente la industria gastronómica y el empleo en nuestra provincia?

PE₂: ¿De qué manera las inversiones en hoteles, la construcción de modernos restaurantes, estimulan positivamente el desarrollo de la industria gastronómica y el crecimiento del PIB?

PE₃: ¿Cómo las ferias culinarias de misturas gastronómicas regionales y locales, el turismo receptivo, influyen en el crecimiento del empleo?

1.4. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

OG: Describir y explicar de qué manera la capacitación de los emprendedores y la gestión empresarial, las inversiones en modernos restaurantes, las ferias culinarias y el turismo receptivo, **influyen** en la industria gastronómica, empleo, el crecimiento del PIB y el crecimiento del empleo

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

OE₁: Describir y explicar de qué manera la capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y en gestión empresarial en la ciudad de Cerro de Pasco impulsa positivamente la industria gastronómica y el empleo en nuestra provincia.

OE₂: Describir y explicar De qué manera las inversiones en hoteles, la construcción de modernos restaurantes, estimulan positivamente el desarrollo de la industria gastronómica y el crecimiento del PIB

OE₃: Describir y explicar Cómo las ferias culinarias de misturas gastronómicas regionales y locales, el turismo receptivo, influyen en el crecimiento del empleo

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se justifica porque en la actualidad muchas de las pequeñas y microempresas quiebran y gran parte lo hacen porque no tienen programas constantes de capacitación del recurso humano en las diferentes áreas de gestión empresarial, pues muchos de los propietarios manejan sus negocios en forma empírica y no tienen conocimientos básicos, pues la instrucción académica de la mayoría de los emprendedores llega solo al nivel secundario; este es el motivo de implementar la capacitación.

Nuestro trabajo es también importante, porque quiere resaltar la importancia de la industria de la comida, por la forma cómo ha evolucionado el arte culinario. Hoy en día se mueven millones de soles, tras la actividad de la cocina, en estos tiempos hay cientos de jóvenes que han emprendido a estudiar el oficio de chef.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Todo trabajo de investigación tiene ciertas limitaciones, sobre todo en la obtención de información con respecto al tema. Varios de los administradores se sienten celosos en dar información, porque piensan que al dar información le daremos datos a la municipalidad o a la SUNAT. También hay limitaciones de carácter financiero, pues no es fácil hacer un trabajo de investigación sobre todo al hacer las encuestas, estos trabajos se tienen que hacer en equipo y para ello hay que desembolsar ingresos ya proyectados.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Hemos tratado de encontrar algún trabajo de investigación a cerca de restaurantes. En la región Pasco no se ha encontrado estas investigaciones, aunque sí de otras actividades económicas.

La productividad es un concepto económico que ha estado presente en el análisis muchos trabajos de investigación y en los sectores económicos; se habla de productividad agrícola, productividad industrial etc.

En Pasco no se ha podido encontrar trabajos a cerca factores que afectan la productividad de los restaurantes; sin embargo, cuando se habla del turismo en Pasco se habla de la escasez de hoteles y falta de buenos restaurantes.

El Chef. Felipe Rivadeneira de Cuenca-Ecuador expresa “Las salsas traídas por las monjas de los sagrados corazones desde Francia”.

Los ibéricos trajeron la cocina persa, inventora de los refritos, sofritos y de las empanadas de trigo. Aquí solo se preparaban las tortillas. La cocina china, produce las pastas que Marco Polo dio a conocer en Italia. Hace un siglo los italianos que llegaron a Lima comían tallarines con achiote. Durante la Segunda Guerra Mundial, el héroe de la aviación ecuatoriana, Elia Liut, marchó a refugiarse en una hacienda en Alausí, donde se puso el primer sembradío de tomates para una pasta llamada Madonna. En 1948 se trasladó a Ibarra a instalar una fábrica de salsa y pasta de tomate y tampoco le fue bien por la falta de costumbre de la gente, de consumir productos enlatados, sobre todo en la sierra. Luego en Ibarra se dio a conocer y desde allí comemos tallarines⁸.

En 1880 quienes migraron desde Italia introdujeron el consumo del espagueti, los raviolos, el minestrón⁹ y algunas hierbas como la albahaca y el orégano para otras salsas. Nosotros le pusimos el toque criollo, gallina o carne acompañado de arroz. En la década de los 20 se consumía caldo de boca chico, el de bagre era considerado de última categoría, la lisa era ahumada. El moro no era de fréjol sino de lenteja. La cebolla paiteña, llamada así porque provenía de Paita (Perú) debido a la gran cantidad de comerciantes peruanos. A media noche en las fiestas se servía el aguado de gallina o conocido también como meloso, así como la chicha para el brindis. La carne en palito de res con achiote ensartada en una ramita de mangle, que se las vendía en las puertas de las iglesias. El machín de yuca y las tortillas se las freía en manteca que provenía de Argentina o de Estados Unidos en pipas de madera.

El Chef Peruano Gastón Acurio manifestó que “Los Cebiches y los Mariscos: Los cebiches de camarón y pescado eran servidos en restaurantes ubicados en el centro de la ciudad. El de concha por

⁸ Fuente: El Telégrafo 15 de mayo de 1992 y www.diccionariobiograficoecuador.com

⁹ Es una sopa hecha con fréjol canario o lenteja, acompañado de papas, fideo macarrón, refrito de cebolla, tomate y pimienta, aderezado con albahaca y orégano. Se suele consumir en el almuerzo

considerárselo de gente no culta se lo conseguía en las fondas de tercera. La preparación de los cangrejos es de los años 50. Otros platos típicos son el escabeche de pescado, el caldo de manguera o salchicha, la bola de maní, raspadura, bolón de verde con chicharrón, bollos de maduro y de pescado, arroz con menestra y carne asada. Entre las bebidas la cerveza, en que en inicios era de arrocillo, las mistelas, rompopo o canario. Aún con el pasar del tiempo se sigue conservando la preparación de estos exquisitos platos que cada vez son más apetecidos por quienes visitan la zona costera del país”.

La Universidad San Ignacio de Loyola (USIL) ha hecho un estudio sobre la industria gastronómica, en este **libro "Saberes y sabores"**, trata sobre la cocina, contiene entre otras cosas recetas e historia, pero también técnicas de cocina y que es la base para **promover un proceso de certificación de calidad de los restaurantes** en Lima, en provincias y también en el extranjero, comenzando por Chile, donde la comida peruana tiene gran acogida.

“Apega” quiere celebrar sus diez años de creación y los diez años de mistura con aportes sustantivos no solo de recetas sino de propuestas de desarrollo para el sector.



EN EL LIBRO DE LA USIL: "SABERES Y SABORES"

2.2. BASES TEÓRICAS – CIENTÍFICAS RELACIONADOS CON EL TEMA.

2.2.1. BOOM GASTRONÓMICO PERUANO PUEDE ESTANCARSE POR FALTA DE INNOVACIÓN.

Esta advertencia fue hecha durante el Foro “Innovación Tecnológica y Nuevas Oportunidades de Negocios en la

Gastronomía”. En la cita se conocieron también importantes procesos de innovación en las cadenas de restaurantes y franquicias. Reconocidas personas que están ligadas a la industria gastronómica dieron cuenta del “importante salto de sus empresas, que pasaron de ser negocios familiares a convertirse en corporaciones con nuevos modelos de negocios, sistemas de información, innovación de equipos e implementación de talleres de cocina¹⁰.

Stefan Stern¹¹, graficó el desarrollo de nuevos productos que habían demandado años de investigación: “crema huancaína, salsas de ají y rocoto, y más recientemente nuestros deliciosos picarones ofrecidos congelados y en bolsas herméticas”.

En el estudio presentado, y que abarcó una amplia gama de restaurantes de Lima, se muestra cómo en muchos ámbitos del sector gastronómico el avance se ha debido más a la intuición de los cocineros que a un plan óptimo de gestión empresarial. Y se da cuenta que la innovación se ha presentado más para enfrentar los problemas que se han ido presentando en el camino.

Hay boom gastronómico, pero también dificultades.

Durante el foro se recordó que la inversión en ciencia, tecnología e innovación en el Perú es de solo 0,15% del PBI, cuando el promedio en la región alcanza al 0,70%. En ese sentido, se planteó la necesidad de contar con una política de Estado de fomento a la gastronomía como factor de desarrollo e identidad nacional y con una visión de mediano plazo, siempre de la mano de la innovación. Si bien hay valiosas iniciativas puntuales de entidades públicas como Promperú, Produce o Minagri, el Perú carece de una política que articule a los sectores públicos, y lo nacional con lo regional y local, previendo los mecanismos de concertación pública-privada.

¹⁰ Eduardo Aramburú, gerente del Grupo Aramburú Matriz, y Álvaro Raffo, chef corporativo de la Cadena Charlotte (2017)

¹¹ El vicepresidente de Alicorp Soluciones (2017)

El estudio ha detectado, en restaurantes exitosos, la poca presencia de mandos medios calificados, lo que hace difícil la conformación de un equipo con talento y motivación para la creatividad. Existen muchas escuelas de formación para chefs, pero la oferta para capacitar personal técnico de cocina y salón es minúscula. Esto en un sector donde el 79% de trabajadores son informales. Asimismo, la escasa data estadística del sector y de estudios de mercado complica las propuestas de mejora de los servicios y las nuevas inversiones.

"Debemos desarrollar productos, estandarizar ingredientes, adaptar tecnologías de proceso y sistemas de gestión, y tecnologías modernas de alcance masivo"¹².

Un buen modelo de innovación es, sin duda, la feria gastronómica Mistura, que ha conseguido ser el mayor símbolo de la peruanidad, según IPSOS. Los cambios que ésta ha generado son importantes no solamente para la feria en sí, sino para los participantes, pues cada uno de ellos fue capacitado para estar a la altura de la alta demanda que implica ser parte de la feria más importante de América Latina.

2.2.2. CERTIFICACIÓN DE RESTAURANTES

El gerente de Apega pretende poner sobre el tapete una discusión más profunda de lo que es la gastronomía “en términos de desarrollo del país, de identidad cultural en relación a la agricultura y la pesca”¹³.

Atendiendo a esas necesidades del sector gastronómico, Apega, bajo la autoría de Valderrama, ha trabajado una serie de publicaciones como el libro **¿Cuál es el futuro de la gastronomía peruana?** , que ya ha sido editado por segunda vez

¹² Presidente de Apega, Bernardo Roca Rey, durante su intervención en el foro, (2017).

¹³ Valderrama

y que ha ganado un premio como uno de los mejores de cocina profesional en el mundo.

2.2.3. ¿POR QUÉ NO AVANZA LA COCINA PERUANA?

La diversidad de la despensa es uno de los principales activos culinarios del Perú. Los 90 microclimas que registra el país son la llave del cofre que alberga un descomunal tesoro formado por 25.000 especies diferentes. La cifra incluye cientos de frutales y algún millar que otro de plantas comestibles, empujando a Perú hasta el quinto lugar en el *ranking* de los países con mayor biodiversidad del planeta. Esa diversidad, asentada en la diferencia, fue uno de los banderines de enganche que convirtieron la gastronomía peruana en protagonista de una moda que recorre el mundo de las cocinas. Bastó que mostraran una minúscula parte del todo —algunas variedades de maíz y de papa, tubérculos andinos tan sorprendentes como el olluco, la oca, la mashua o la arracacha, y unos pocos ajíes— para fundamentar esa tendencia. Solo era un muestrario mínimo, pero al universo culinario se le erizó el vello del cogote; se nos anunciaba un festival interminable. Y volvieron la vista hacia los restaurantes limeños, elevándolos a los altares de la alta cocina.

El empleo ha dejado de ser un activo culinario para las últimas generaciones de profesionales. El recetario tradicional peruano es de una amplitud y una variedad increíbles, pero apenas aparece representado en los restaurantes limeños por unas docenas de platos. Muy pocos trabajan en la recuperación y puesta en valor del legado culinario, mientras las cartas de los restaurantes repiten platos y preparaciones en un bucle sin fin. Las cocinas que no se muestran en los restaurantes acaban perdiendo su razón para existir.

sobrevolándolo todo está el efecto Gastón Acurio, el exitoso cocinero que encabezó el estallido de la cocina peruana. El suyo es

un modelo que todos los jóvenes quieren imitar, aunque prefieren quedarse en la parte del éxito —proyección pública, televisión, relación con autoridades, causas benéficas...— y pasar de puntillas sobre los quince años de trabajo que le llevaron hasta ese lugar. Cada día es más extraño encontrarles en sus restaurantes. Sus cocinas sufren las consecuencias y están en riesgo de volverse prescindibles.



2.2.4. CÓMO MANTENER VIGENTE LA COCINA PERUANA, SEGÚN GASTÓN ACURIO

La cocina es corazón y razón. La disociación de ello significa desbalance y, por ende, la pérdida de un norte al cual apuntar. Diez años después del éxito sostenido del que ha gozado la gastronomía peruana, es necesario incentivar un nuevo debate, replantear objetivos, asumir nuevos retos y escuchar a las generaciones que empiezan a salir a la palestra culinaria.

Sin embargo, el esfuerzo por encumbrar nuestra gastronomía y mantenerla vigente alrededor del mundo no se puede realizar solo a partir de privados. La mesa debe estar compuesta por el Estado y sus políticas públicas, y el sector privado con el reflejo de las trabas que aún existen para seguir avanzando.

Los especialistas en cocina tienen aún varias ideas para hacer realidad la cocina peruana, pero al mismo tiempo piensa que es

momento de que la generación de cocineros a la que pertenece debe “dar un paso al costado”¹⁴

Para dejar en claro esta y otras ideas en materia de alimentación, que se deben plantear con miras al Bicentenario y de aquí al 2026, se gesta Yuntémonos, un espacio de debate y consenso promovido entre Acurio y la Pontificia Universidad Católica del Perú, que reunirá a representantes del Gobierno y actores del rubro de la gastronomía.

El esfuerzo de esta reunión no solo será el anuncio de la universidad de gastronomía, también las acciones que se deben asumir en materia de educación, sostenibilidad de los recursos, economía rural, lucha contra la desnutrición e investigación gastronómica.

2.2.5. ¿QUÉ TIPO DE ACUERDOS ESPERAN TOMAR EN YUNTÉMONOS?

Yuntémonos¹⁵ nace como respuesta a las contradicciones que aún faltan resolver en el Perú.

Lo que les hemos pedido a las personas que van a participar es que como tenemos poco tiempo traten de llegar con aquellas tareas que creen que son urgentes para poder avanzar. Es impresionante la cantidad de cosas que todavía están por hacer, a veces parece que la cocina peruana por la repercusión internacional que ha tenido parece haber concluido o parece haberse agotado, pero las principales tareas están por empezar. Hay un enorme trabajo que podemos hacer para que la cocina lleve bienestar al Perú.

¹⁴ Gastón Acurio, cocinero y empresario gastronómico.

¹⁵ **Se llama yunta a la pareja de bueyes que uncidos por un yugo sirven en las labores del campo. Esto implica trabajar uno al lado del otro (cónyuge tiene la misma raíz) para sumar esfuerzos y llegar a la meta..**

Si aún existen brechas nutricionales en el Perú, ¿cómo puede la gastronomía fundarse en una igualdad?

La desnutrición es una consecuencia de un problema: la pobreza, la falta de oportunidades. La pobreza trae consigo problemas gravísimos como la desnutrición crónica infantil, que además son inadmisibles, inaceptables, contradictorios.

En Huancavelica, más del 50% de niños tiene desnutrición crónica en un territorio que empieza a encontrar oportunidades de exportación de truchas u otros productos, esto es inadmisibile.

No es solo tarea de un ministerio el problema de la desnutrición, siendo la consecuencia de la pobreza, la falta de oportunidades, la mala calidad educativa, la falta de oportunidades para comerciar correctamente. Claramente, lo que urge es una política alimentaria multisectorial que articule a todos los ministerios para que sus políticas públicas y sus metas de los próximos 5 años, de cara al 2021, tengan en la cocina y en los hábitos del consumo alimentario una oportunidad para lograr estas metas. Esta es la clave de Yuntémonos: cómo podemos sumar la cocina a los objetivos del Perú en los próximos años.

¿Qué pasa en ese momento en que todos no están tan de acuerdo con una política pública que se perfila como buena? Como sucedió, por ejemplo, cuando se anunció la Ley de Promoción de Alimentación Saludable.

El debate se agudiza, casi siempre, cuando las respuestas son prohibiciones, y quienes defendemos la libertad creemos mucho más en la promoción que en la prohibición.

Así como tienes compañías que intentan mantener el estilo de vida anterior, donde tratan de seguir convenciendo del consumo de alimentos procesados, que renuncian a productos naturales para mejorar la rentabilidad de ese producto, hay una obligación y un

deber de quienes participamos de la gastronomía y de quienes participamos de políticas públicas que buscan, por ejemplo, reducir la malnutrición, de promover con la misma vehemencia, recursos y estrategias de marketing, un estilo de vida basado en el consumo de productos de nuestra tierra, los locales, el recetario local.

2.2.6. LAS GASTRONOMIA Y EL EMPLEO EN EL PERU

La gastronomía en Perú generará este año 320 mil puestos de trabajo, cifra que ha venido creciendo en los últimos años como parte del desarrollo que está cobrando este sector que se proyecta como uno de los dinámicos en el país, afirmó el presidente del Comité Económico de la Sociedad Peruana de Gastronomía (Apega), Irzio Pinasco. Comentó que de esta cifra 240 mil puestos de trabajo serían generados solo en Lima, lo que refleja el gran potencial que hay por desarrollar en las ciudades del interior del país. Dijo que en los últimos años el crecimiento en el número de restaurantes a nivel nacional bordeó el 45 por ciento, como producto de boom gastronómico que se está gestando. Prueba de ello es que el 68 por ciento de las franquicias nacionales en Perú corresponden al rubro gastronómico, indicó. “Salir a comer es una de las principales actividades que los peruanos realizan en su tiempo libre, hay un reconocimiento de la población y de los turistas por la calidad de la comida peruana”¹⁶, Sin embargo, consideró necesario que a nivel del gobierno se impulse la apertura de escuelas públicas gastronómicas para la formación de más profesionales del rubro, y escuelas de servicios gastronómicos. “Sobre todo en el interior del país, donde se requiere trabajar en los servicios gastronómicos que se brindan y desarrollar nuevas fuentes de trabajo”, dijo. Consideró que a nivel del sector privado ya se ha logrado un desarrollo importante en la apertura de

¹⁶ Manifestó a la agencia Andina. Irzio Pinasco (responsable de Apega). comentó además que el apoyo gubernamental que se ha dado en los últimos años también ha sido importante en el desarrollo del sector.

escuelas gastronómicas, desde donde egresan anualmente 10,000 profesionales. Indicó que Mistura es la mayor feria gastronómica de América Latina y que busca poner en valor la diversidad de la comida peruana. Mistura contará además con la presencia de destacados chefs internacionales, restaurantes, conferencias, un aula magna para las conferencias, un cine para la proyección de películas y documentales y numerosas actividades para todos los que acudan a esta convocatoria.

2.2.7. GASTRONOMÍA: ¿QUÉ SE REQUIERE PARA QUE EL BOOM NO SE ACABE?

Nuestra gastronomía, además de prodigarnos de sabores, genera emprendimientos y empleos en el sector, promueve la imagen del país y el turismo, y motiva la demanda de productos agropecuarios e hidrobiológicos. Pero en un mundo globalizado y competitivo, el 'boom' gastronómico puede agotarse si no se enfrentan, de una vez, los evidentes cuellos de botella del sector, y si no intensificamos la innovación.

Los mayores avances de innovación en la gastronomía han ocurrido en el campo de la creatividad individual, donde nuestros chefs han diseñado nuevos y exquisitos potajes, basados en los insumos de nuestra biodiversidad. También se ve innovación en el equipamiento de cocina y en el marketing y uso de las redes sociales.

Pero, posiblemente, uno de los mayores avances en el campo de la innovación ha ocurrido con la difusión de cadenas y franquicias peruanas, donde sobresalen los casos del Grupo Aramburú Matriz, la Corporación Acurio y la cadena Charlotte. Las operaciones a gran escala llevadas adelante por estas marcas las han conducido a sistematizar y estandarizar sus operaciones en sala, cocina, y oficina o a contar con un taller de cocina central.

No obstante, los estudios de casos analizados por Apega sostienen que el auge de la cocina peruana se debe más a la intuición de los cocineros que al triunfo de un modelo óptimo de gestión empresarial. La innovación, además, ha ocurrido para enfrentar los problemas que han aparecido en el camino. Pero la creatividad y la inspiración requieren complementarse con la innovación en otros campos. Y esta es una tarea urgente. Muchos chefs destacados se agobian ante la administración cotidiana del negocio. Son escasos los restaurantes que contratan la asesoría de empresas especializadas en innovación empresarial y tecnológica. Y brillan por su ausencia los casos donde se asocian varios negocios en un proyecto multidisciplinario colectivo de innovación tecnológica. Se requiere un trabajo compartido de cocineros, nutricionistas, ingenieros de la industria alimentaria. La innovación tecnológica requiere también de cuadros intermedios bien formados. Con el 'boom' gastronómico han crecido exponencialmente las instituciones que forman chefs, pero a diferencia de Colombia o Chile, aquí carecemos de instituciones técnicas que formen buenos cuadros intermedios en cocina o servicios de salón.

2.2.8. APEGA: SECTOR GASTRONÓMICO EN EL PERÚ CRECE 7% Y 8% ANUAL

La Sociedad Peruana de Gastronomía (Apega) anunció que el sector gastronómico en el Perú se desarrolla entre 7% y 8% cada año, manteniendo una tendencia de crecimiento sostenible, a tal punto que actualmente supera el ritmo de expansión del Producto Bruto Interno (PBI). Así lo indicó Mariano Valderrama, vicepresidente de Apega, quien dijo que el alza de dicho sector ha sido impulsada por la consolidación de la gastronomía peruana a nivel nacional e internacional en los últimos años.

Cabe recordar que el PBI peruano creció 6.9% y 6.3% en el 2011 y 2012, respectivamente, y el Ministerio de Economía y Finanzas

(MEF)) prevé que se expandirá 5.7% este año y 6% en el 2014. Según estimaciones de Apega, los restaurantes peruanos registran ventas por S/.50,000 millones y hay cerca de 100,000 establecimientos (debidamente censados) que generan aproximadamente 400,000 empleos. Para Valderrama, el efecto económico del boom de la gastronomía peruana tiene un impacto inmediato en las actividades de ese sector y en otros rubros productivos como la agricultura y el turismo.

2.2.8. SECTOR GASTRONÓMICO GENERA 60 MIL PUESTOS LABORALES Y TIENE CRECIMIENTO SOSTENIBLE

La gastronomía representa el 6% del PBI anual y es un sector importante para el crecimiento de nuestro país. La gastronomía es uno de los sectores que mayor crecimiento ha registrado en los últimos años. los negocios ligados a la comida dan empleo a un promedio de **60 mil trabajadores, en más de 20 mil comercios.**

"La gastronomía representa el 6% del PBI anual y es un sector importante para el crecimiento de nuestro país, más aún cuando tenemos al **sector minero** de baja"¹⁷.

El despegue de la gastronomía se da desde el año 2009, con la promoción de **platos tradicionales**. Y se ha vuelto un dinamizador para otros sectores.

La zona Sur tiene mayor crecimiento que el Norte. Lima encabeza con más proyectos gastronómicos, le sigue Cusco y luego Arequipa. Para Morelli, la gastronomía crece cada año y es sostenible. Todos los años se realiza el **Expo Sur Industrial**, una feria multisectorial que agrupa tres eventos: Grafinca Sur (un feria de la industria gráfica, digital y publicitaria), Expotextil Sur y Gastromaq¹⁸ Sur.

¹⁷ Carla Morelli, gerente general de Gastromaq (2016)

¹⁸ Feria Internacional de Proveedores para el Sector Gastronómico y Hotelero. GASTROMAQ PERÚ es la única feria en el Perú donde se puede encontrar la mayor oferta en maquinaria, equipamiento y todo tipo de accesorios y servicios para los rubros gastronómico y hotelero.

2.2.9. GASTRONOMÍA DE PASCO

En el departamento Pasco hay una gran variedad de platos típicos con productos naturales extraídos de sus ecosistemas de sierra y de selva. Dentro de los platos típicos del departamento destacan: **Pachamanca:** Potaje de preparación prehispánica con carnes diversas, papas y maíz tierno cocidos bajo tierra entre piedras calientes con hierbas aromáticas.

Picante de cuy: Guiso de **cuy (conejillo de indias)** cocinado en salsa de maní y **ají panca**.

Caldo de cabeza: Caldo de cabeza de carnero con hierba buena y ají.

Caldo Verde: con bagre o chalona, cebolla, culantro, perejil y especias locales como **muña, huacatay, ají amarillo** y **ruda**.

Charquican: Plato a base de carne de llama secada al sol con papas, **ají colorado, achiote**, pimienta, ajos, sal y aceite.

Picante de Cushuru o Murmunta: guiso a base de un alga natural de las lagunas altoandinas a la que se atribuyen propiedades medicinales.





Además, se puede degustar el ponche de **maca** (venerada raíz autóctona con propiedades energizantes), el **caliche** (aguardiente local) y la **chicha de jora** que es un licor de maíz macerado cuyo origen y consumo data desde épocas anteriores a los Incas.

Entre la variedad de platos tradicionales de **Austria** y **Prusia** que se preparan en **Oxapampa** y **Pozuzo**, se puede consumir el famoso **strukel** (pionono de plátano), la sopa de albóndigas (knodelsuppe), el griesnockerlsuppe (sopa de sémola), el fleishchtrudel mit gemüse (remolino de carne con verduras) o las carbanatas (bolitas de carne), además de embutidos (salchichas) y panes de pasas (gugelhupf) y de maíz.

2.2.10. LA PRODUCTIVIDAD Y SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA.

La primera vez que se trató de productividad fue en 1766 en la obra de Quesnay, pionero del pensamiento económico, él afirmó que: "...la regla de conducta fundamental es conseguir la mayor satisfacción con el menor gasto o fatiga"¹⁹. Este planteamiento está directamente relacionado con el utilitarismo y en él está presente los antecedentes que apuntan a la productividad y competitividad. Smith habla de productividad y competitividad

¹⁹ Quesnay (1846), París.

cuando analiza las causas y repercusiones de la división del trabajo²⁰, de las características de los trabajadores y del desarrollo tecnológico y la innovación. Smith señala que la división del trabajo es la causa más importante del progreso de las facultades productivas del trabajo, de manera que la aptitud, la destreza y la sensatez con que este se realiza, es una consecuencia de la división del trabajo.

Para Smith, las ventajas de la división del trabajo se fundamentan en la destreza de los trabajadores, el ahorro del tiempo debido a que no se tiene que cambiar la actividad y a la invención de maquinaria que facilita y abrevia el trabajo. Por otra parte, David Ricardo, quien planteó la teoría del valor, las ventajas absolutas y las ventajas comparativas, relacionó a la productividad con la competitividad de los países en el mercado internacional e incorporó la idea de los rendimientos decrecientes en el uso de los factores²¹.

Por otra parte Karl Marx también se refirió al concepto de productividad, cuando dijo: "... el grado social de productividad del trabajo se expresa en el volumen de la magnitud relativa de los medios de producción que un obrero durante un tiempo dado y con la misma tensión de la fuerza de trabajo transforma el producto..."²², así pues Marx define la productividad del trabajo como un incremento de la producción a partir del desarrollo de la capacidad productiva del trabajo sin variar el uso de la fuerza de trabajo, en tanto que la intensidad del trabajo es un aumento de la producción a partir de incrementar el tiempo efectivo de trabajo. Un elemento importante, en el concepto de productividad de Marx es que incorpora en su definición, además de las características (destrezas) de los trabajadores, las características de la ciencia y la tecnología incorporadas en el proceso de producción.

²⁰ A.Smith. "La riqueza de las naciones".

²¹ David Ricardo, (1973). Principios de Economía Política y tributación.

²² Carl Marx. El Capital. Siglo XXI editores, México.

Hoy en día hay analistas económicos que identifican como factores que afectan la productividad a la tecnología, la educación y la calificación de la fuerza de trabajo, los cambios en la utilización de la planta, el equipo y la organización; además se distinguen dos corrientes en torno a la caída de la productividad:

- a. La economía, que evalúa las tendencias de la productividad para enfatizarlos factores macroeconómicos que contribuyen directamente al crecimiento: inflación y cambio cíclico de la demanda, inversión en nuevas plantas y equipo, el desarrollo de nuevas tecnologías y la calificación y experiencia de la fuerza de trabajo.
- b. La Institucional, que concentra su explicación en el rol de la conducta, actitudes e interacciones entre los principales participantes económicos.

Hoy en día, al realizar el estudio sobre el comportamiento de la productividad, se dice que los factores que explican el comportamiento de la productividad son los siguientes:

1. **El Trabajo:** Se explica por la atención educacional, el nivel de calificación y experiencia de la fuerza de trabajo, así como por su intensidad.
2. **El Capital:** La inversión puede haber sido inadecuada para sostener el crecimiento de la productividad, este capital puede no haber sido muy productivo.
3. **Energía Y Materiales:** El precio de estos insumos crecieron, al mismo tiempo que disminuía el crecimiento de la productividad. En un intento de querer economizar en insumos, las empresas pueden haber

sustituido, materiales por capital y trabajo, reducir la medición multifactorial del crecimiento de la productividad.

4. **Medición del Producto:** Los productos y servicios producidos por la economía son diversos y muy variados en el tiempo, parte de la disminución puede ser una ilusión estadística creada por los problemas de medición.
5. **Composición del Producto:** El nivel de productividad difiere grandemente en las industrias con bajos niveles de productividad o menores tasas de crecimiento, tales como los servicios, el cambio empujó hacia abajo el promedio de crecimiento de la productividad.
6. **El campo Gerencial:** El número de administradores de negocios ha aumentado aun cuando la tasa de crecimiento de la productividad ha declinado, se dice que los administradores manipulan la actividad financiera y el papel de los beneficios de corto plazo, a expensas de inversiones seguras y desarrollo tecnológico.
7. **Tecnología:** Porque la innovación es una fuente principal del crecimiento económico, una declinación de esta fuente puede disminuir el crecimiento de la productividad.

2.2.9. LOS ANALISTAS CONTEMPORANEOS

Debemos sostenernos en los principales teóricos de la economía contemporánea y teóricos de la economía clásica, porque en realidad son los padres de la economía. Es importante por ello afianzarnos en economistas y analistas económicos como.

Robert SOLOW. De acuerdo a la función de producción, contribuyó a establecer el factor total de la productividad como un concepto operacional, así por ejemplo separa las variaciones en el producto per cápita debidas al cambio técnico y la disponibilidad del capital per cápita. Solow define a la función de producción agregada como:

$$Q = F (K, L, t)$$

Donde:

Q = Producción

K= insumo de capital en unidades físicas

L= insumo de mano de obra en unidades físicas

La “t”= es el tiempo y aparece en F para considerar el cambio técnico.

De manera que Solow se basa en una función de producción de tipo Cobb – Douglas con rendimientos constantes a escala, cambio tecnológico autónomo y neutral y competencia perfecta, así:

$$\frac{dA}{A} = \frac{dQ}{Q} - a \frac{dL}{L} + b \frac{dK}{K} \quad b = (1-a)$$

Donde:

“a” y “b”: son las participaciones de trabajo y capital en el ingreso dQ , dL y dK , son las derivadas en “t” de Q, L y K.

Cabe señalar que R. Solow utiliza el concepto “cambio técnico” para referirse a “cualquier clase de desplazamiento de la función de producción: Así pues, los retardos, las aceleraciones, las mejoras en la educación de la fuerza de trabajo y toda clase de cosas, aparecerán como cambio técnico. Con respecto a la contribución de la mejor calidad de la fuerza de trabajo, se sugiere que podría manejarse introduciendo diversos niveles de mano de obra calificada como insumos separados. Solow, manifiesta

textualmente "...gran parte de lo que aparece como desplazamiento de la función de producción debe representar un mejoramiento de la calidad del insumo mano de obra y por lo tanto un resultado de formación de capital de una clase importante".

KENDRICK (1979). Toma como punto de partida una función de Producción de tipo:

$$Q = f(X^1, \dots, X^n)$$

Donde:

Q = es el valor agregado

(X^1, \dots, X^n) es igual a "n" factores tangibles que se utilizan en la producción.

Para Kendrick la PTF es una relación entre el producto real y los insumos.

$$\text{Productividad total de capital y mano de obra} = \frac{\text{Producción}}{\text{mano de obra} + \text{capital}}$$

Donde:

- ✓ Insumo mano de obra = Horas-hombre ajustadas según los cambios en la calidad de mano de obra.
- ✓ Insumo capital = Inventario neto de estructuras + equipo en las plantas + inventarios + capital de trabajo + terrenos.

La producción neta es igual a los insumos del factor total en el periodo base y sabemos también que:

Ganancia en productividad = Diferencia entre la producción neta y los insumos del factor total.

Este índice muestra incrementos (o caídas) proporcionales más grandes que el índice de productividad total, ya que el

denominador no incluye la cantidad de las compras de productos intermedios.

- a. Productividad Parcial de M de O = producción en periodo medio a P_x año base, **dividido** por los insumos de M de O a precios del año base.
- b. Productividad parcial del Capital = Producción (Bruta o neta) a precios del año base **dividido por** los insumos de capital a precios del año base.
- c. Productividad Parcial de materiales = Producción (bruta o neta) a precios del año base **dividido por** los productos intermedios comprados a precios del año base

2.2.10. EVOLUCIÓN E IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA DE LA COCINA EN PASCO.

A. BREVE HISTORIA DE LA COCINA PERUANA

La presencia de los diversos pisos altitudinales de la cordillera de los Andes en el Perú y su cercanía al ecuador geográfico permite la existencia de una serie de microclimas y de especies, desde zonas de habituales nevadas hasta selvas tropicales, (con 84 de las 104 zonas climáticas del globo, es uno de los 12 países del mundo poseedores de mayor mega diversidad). Tiene condiciones adecuadas para el cultivo de frutas y verduras durante todo el año. Asimismo la corriente de Humboldt de aguas frías que corre por el Océano Pacífico frente a la costa peruana permite la existencia de una gran variedad de peces y mariscos (Perú es uno de los principales países pesqueros del mundo).

Hasta los años 1532, los Andes centrales peruanos fueron el más grande centro de domesticación de plantas del mundo antiguo, con especies nativas como el maíz, tubérculos con

dos mil quinientas variedades de papa, muchas de camote, yuca o mandioca, oca, maca; gramíneas (quinua, kiwicha o amaranto, cañihua; frutas como la chirimoya, lúcuma, paca, tomate, calabaza, palta, tumbo, sauco, leguminosas tales como frijoles, pallares, maní y una infinidad de hierbas aromáticas.



Alpaca en salsa de aguaymanto.

Antes del arribo europeo, la geografía peruana albergaba una gran variedad de culturas, conquistadas todas por el Imperio inca, cada una de las cuales tenía características gastronómicas particulares, aunque había algunas generalidades, de acuerdo con los cronistas de la conquista.

Por ejemplo, los principales condimentos eran hierbas aromáticas, *cocha yuyo* (un tipo de alga fluvial), sal y, sobre todo, el ají, llamado *uchu* en tiempos incas y considerado hoy un elemento fundamental de la cocina peruana. El Inca Garcilaso de la Vega en los *Comentarios Reales de los Incas* escribió al respecto: "*Los de mi tierra son tan amigos del uchu, que no comerán sin él aunque no sea sino unas hierbas crudas*". Era común la preparación de alimentos en forma deshidratada, para evitar su descomposición, destacando el «charqui», carne salada, y el «caui», que es la oca secada al sol.

Los antiguos peruanos además consumían inmensas cantidades de pescados y mariscos (el registro arqueológico de ello es abrumador) y complementaban su dieta con carne

de pato, cuy (*cavia porcellus*) y camélidos domésticos (alpaca y llama principalmente). En las sociedades de la costa norte, además, se consumía la carne de ciertos lagartos y de venado. En las de la selva oriental se nutrían de la multitud de especies que proporcionaba la flora y fauna amazónica.

Desde épocas milenarias, los antiguos peruanos preparaban *chupes* (sopas), guisaban (la carapulcra, por ejemplo, es considerado el tipo de guiso peruano más antiguo), elaboraban potajes con especies marinas crudas marinadas con ají, tumbo y hierbas, de donde se origina el *ceviche* que en la época precolombina tenía otro nombre, en quechua. Tenían formas de procesar alimentos: Salaban pescado, tostaban el maíz (obteniendo la cancha serrana, que es hasta hoy el "piqueo" peruano más simple y popular) o pelaban sus granos y los secaban (obteniendo *mote*). Asimismo preparaban *charqui* -o carne de camélido disecada, salada y deshinchada- y diferentes tipos de *chuño* -tubérculos resecados y congelados a la intemperie). Cocinaban en ollas de barro y, en ocasiones, organizaban grandes banquetes de carne y vegetales a partir de hornos de tierra natural (*pachamancas* y *huatías*). Asimismo se bebían diferentes formas de cerveza de maíz (*chicha*) y de yuca (*masato*).

B. LA COCINA ANDINA



Ocopa Plato de la cocina Arequipeña.



Carapulcra.

La historia precolombina identifica al Perú como un país gastronómico. Así en la leyenda sobre "Llampayeq" (Lambayeque) recopilada por *Fray Miguel Cabello Balboa* en 1532, menciona al cocinero del rey Naylamp llamado OcchoColo en el Reino Sicán del siglo IX. Luego en la leyenda de los hermanos Ayar menciona que salieron del cerro Tampusoto (Tampu, Tambu, lugar donde se guardan alimentos) y sus nombres fueron Ayar Cachi (Quinoa con sal), Ayar Uchu (Quinoa con ají), Ayar Auca (Quinoa con frejol), Ayar Manco (El que cuida la quinoa).

Los Andes son el origen de milenarias culturas y con ellas el sabor de la cocina peruana.

En esta parte alta del país, la alimentación principal continúa siendo el maíz, la papa y multiplicidad de tubérculos. Productos introducidos como el arroz, el pan y las pastas hoy son también de consumo popular. La variedad de carnes consumida se ha enriquecido con vacunos, porcinos y ovinos; En lugares muy elevados como Huancavelica aún se consume carne de llama, de alpaca, y animales silvestres.

La variedad y riqueza de la comida andina es similar a la de la comida costeña. Desde el cuy chactado a la sopa de morón y de la papa a la huancaína a la sopa chairó, a más de postres y granos sumamente originales que se consumen frescos o cocidos de diversas maneras. El caldo de cabeza y las

costillas de carnero doradas son mínima muestra de un vasto catálogo que apenas si se ha difundido.

1. PLATOS ELABORADOS CON CUY:

Un elemento común a las zonas andinas del Perú es el consumo de la carne de cuy, animal que está inmerso en la cultura local desde épocas milenarias y suele ser criado por las familias en la cocina de sus casas.²⁸ La carne de cuy tiene un bajo porcentaje de grasa (7.6%) y un alto porcentaje de proteínas (20.3%)²⁸

2. PACHAMANCA:

La pachamanca es una suerte de comida regional y campestre, principalmente en Huánuco, Pasco, Junín y Ayacucho que poco a poco se ha ido extendiendo por todo el país. Su cocción se realiza de la siguiente manera:

- Cavar un hueco profundo en un lugar al aire libre mientras se calientan las piedras aparte.
- Juntar los 5 tipos de carne, papas, habas, etc. y poner a cocer junto con las piedras calientes.
- Dejar cocinar tapado por hojas y tierra durante 2 horas aprox. Seguidamente servir.

3. HUATIA:

La **huatia** es un plato consistente en papas asadas en pequeños hornos, en la tierra o en barbacoa y que se sirven con queso fresco andino, como el «cachipa»; el primer reporte conocido de este plato proviene del año 1608 y corresponde al cronista Diego González Holguin.²⁹ Es tradicional su preparación en la época de cosecha de las papas. También se le conoce como «huatiya» o «huatiyascca».

4.PAPA A LA HUANCAINA:

La **papa a la huancaina** es un plato típico de la cocina del Perú que consta de una salsa hecha moliendo o licuando ají amarillo con leche, aceite y queso fresco o requesón que se sirve generalmente sobre papa sancochada. Otras preparaciones de la salsa incluyen jugo de lima, ajos y cebolla. Hay variaciones con otros tipos de ají como el rocoto.

5.OCOPA:

La **Ocopa** es una salsa originaria de la ciudad de Arequipa, es elaborada con ajíes mirasol secos y soasados sin pepas, sin cebolla y ajos también soasados, galletas de animalitos o vainilla, maní, una ramita de huacatay, sal y aceite licuados de forma tal que obtengan una consistencia ligeramente pastosa y un color característico. Es servido con papas sancochadas, huevos duros y aceitunas o con camarones, aunque también se sirve con diversos platos para resaltar el sabor.

Igualmente, gran variedad de peces de agua dulce forman parte de la gastronomía regional, siendo muy apreciada la trucha, introducida a fines del siglo XIX.

C. COCINA NOVOANDINA

La cocina novoandina es un nuevo estilo culinario surgido en el Perú por el interés de los gastrónomos locales de retomar costumbres alimenticias del pasado prehispánico para recrearlas, rescatando y revalorizando así muchos de los ingredientes autóctonos. En esta recreación de la cocina andina, entran elementos procedentes de otros horizontes culturales como el europeo.

Algunos de los productos nativos utilizados son tarwi, chuño, quinua, kiwicha, moraya, cochayuyu, maca, coca, uchu, olluco, oca, en platillos como el quinotto o la coca sour.

Lima, capital cosmopolita y mestiza y Arequipa se han convertido en las sedes principales de esta corriente culinaria, aunque en los principales puntos andinos como Huaraz, Cusco o Huancayo, este estilo ha cobrado también un gran auge.

PREMIOS INTERNACIONALES



Año 2007

Entre las distinciones otorgadas por los Premios Gourmand 2007 se encuentran cinco publicaciones sobre gastronomía peruana. Los ganadores fueron:

1. Perú, mucho gusto por la Empresa Editora El Comercio y PromPerú (Premio Especial del Jurado)
2. Guía gastronómica del Perú: el manual del buen gourmet por María Rosa Arrarte (ganadora en la categoría Mejor Guía del Mundo)
3. Diccionario de gastronomía peruana tradicional por Sergio Zapata Acha (mención honrosa en la categoría Mejor Libro de Historia Culinaria en el Mundo)
4. Eat Smart in Perú por Joan Peterson (ganador en la categoría Mejor Guía de Viajes Culinaria)
5. A las de los querubines (libro sobre el Pisco Punch) por Guillermo Toro-Lira (medalla de plata en la categoría Mejor Libro (distinto al vino del Mundo)).

Año 2008

Diego Oka Hosaka y Hajime Kasuga, chefs de cocina peruanos obtuvieron el primer premio del Concurso Internacional de Cocina del Atún Rojo (thunnus Thynnus) llevado a cabo en Cerdeña, entre el 17 y el 20 de mayo de 8.

Año 2009

El 2 de julio de 2009, se dieron a conocer en París otros cinco máximos premios a ediciones en materia gastronómica por parte de Gourmand World Cookbook Awards habiendo tenido como escenario el prestigioso local de La Comédie Française.

Las ediciones galardonadas fueron:

1. Mejor libro del mundo en materia gastronómica: "500 años de fusión", de Gastón Acurio editado en Lima por el diario El Comercio.
2. Mejor guía de restaurantes: "Lima 40 restaurantes 40 espacios", de Mixmade Producciones Editoriales
3. Mejor libro de historia gastronómica: "Cusco, el imperio de la cocina", de Rosario Olivas Weston

4. A la mejor traducción: "Peruvian Potato, History and Recipes", de Sara Beatriz Guardia.
5. Mejor libro de historia de una bebida: "Chicha peruana. Una bebida, una cultura", de Rafo León.

Año 2010

En el mes de febrero de 2010, el evento Gourmand World Cookbook Awards realizado en París, que otorga los premios más importantes del mundo en lo que se refiere a publicaciones del ámbito gastronómico y donde compitieron dicho año valiosas obras provenientes de 136 países, cuatro libros peruanos obtuvieron destacados premios.

- a) El Larousse de la Gastronomía Peruana, escrito por Acurio con la colaboración para su impresión por parte de la Editorial Larousse y tiendas Wong. Premio Gourmand en la categoría Mejor Libro del Mundo para Profesionales.
- b) Cocina de colores, de Karissa Becerra. Se trata de una de las tres mejores obras del mundo en la categoría de publicaciones para niños y familias.
- c) Frutas amazónicas, de Astrid Gutsche, esposa de Gastón Acurio. Fue considerado uno de los mejores libros del mundo escritos por una chef. El libro contiene postres creativos y bebidas exóticas.
- d) La Rosa Náutica Restaurante es un trabajo realizado por el restaurante del mismo nombre, enclavado en las aguas marinas del distrito limeño de Miraflores. El libro fue una de las tres mejores publicaciones en la denominada categoría Primer Libro de Cocina.



Chijaukay con frijolitos, plato chifa

Año 2011

En ocasión de la celebración del Año Interamericano de la Cultura, el 23 de marzo de 2011, la OEA otorgó la distinción a la gastronomía del Perú como “Patrimonio Cultural de las Américas para el Mundo”.

PLATOS MÁS POPULARES EN EL SIGLO XXI

Desde fines del siglo XX e inicios del siglo XXI, el ceviche, el pollo a la brasa y los platos de chifa constituyen los representantes más populares de la comida peruana, siendo masivo su consumo a lo largo de todo el territorio peruano y existiendo versiones para todas las clases sociales: desde preparados muy económicos que se consumen "al paso" hasta preparados *gourmet* muy exclusivos.



Pollo a la brasa.

1. **Cebiche:** El ceviche, cebiche, seviche o sebiche²³ es un plato ampliamente difundido y declarado *Patrimonio Cultural de la Nación* por el gobierno peruano. La receta básica del ceviche es la misma en todas las regiones: pescado en trozos, jugo de lima (fruto que en el Perú es conocido como «limón»), cebolla roja, ají y sal al gusto. Los pescados utilizados son muy diversos e incluyen especies tanto de agua dulce como del mar, asimismo se incluyen otros frutos de mar como mariscos y algas marinas e incluso vegetales. El plato se acompaña de productos locales como cancha serrana, camote, zarandaja, yuca y hojas de lechuga.

2. **Pollo a la brasa:** El pollo a la brasa es uno de los platos de mayor consumo en este país. Consiste básicamente en un pollo eviscerado macerado, en una marinada que incluye diversos ingredientes, horneado a las brasas. Los orígenes de la receta de este plato se señalan en la capital del Perú²⁴²⁵ (aunque sin consenso en el lugar) durante los años 1950, no obstante es una certeza que dos suizos residentes en el Perú, Roger Shuler y Franz Ulrich inventaron y registraron en 1950 la patente de la máquina para cocinar el pollo a la brasa, un sistema mecánico de giro planetario que hace que los pollos giren sobre su propio eje y alternen su movimiento circular, simultáneamente.²⁶ El plato se acompaña de papas fritas, ensalada fresca y diversas cremas (mayonesa, ketchup, salsa de aceituna, chimichurri y salsas de ají de toda clase); en la selva del Perú se suele reemplazar las papas fritas por plátano frito en este plato.

3. **Chifa:** El chifa es un término utilizado en el Perú para referirse a la cocina que surgió de la fusión entre la comida peruana y aquella de los inmigrantes chinos, principalmente de la zona de Cantón, llegada a mediados del siglo XIX e

inicios del siglo XX, asimismo se usa este término para denominar a los restaurantes donde esta comida es servida. En la actualidad los restaurantes de cocina china, con fuerte influencia en muchos casos de la criolla, están entre los más comunes en Lima y muchas otras ciudades del Perú. Los principales platos son el arroz chaufa.

2.3. DEFINICIÓN DE TERMINOS BASICOS

1. PRODUCTIVIDAD

Es la relación entre los productos o servicios generados por un sistema, sea este, empresa, consorcio o nación, y los recursos utilizados para hacerlo. La productividad está ligada a la eficiencia del sistema económico; es decir posibilita el crecimiento económico y lo más importante, es la base o requisito para que exista desarrollo económico.

2. PRODUCCION

Es el proceso por el cual se fabrican los bienes o productos, consistente en la transformación de la materia prima mediante distintos mecanismos que permitan su posterior comercialización y su venta.

3. GESTION EMPRESARIAL

Para el manejo eficiente de una empresa se necesita organizarla y administrarla de una forma que tengamos la información interna y externa de una manera fluida y ordenada. La gestión empresarial tiene como fin en crecer y desarrollar y administrar correctamente los recursos humanos, financieros y los insumos.

4. INDUSTRIA DE LA COMIDA

Como industria es conocida recientemente, las actividades económicas se han diversificado grandemente hoy en día; se llama industria por que se trata de transformar los insumos en bienes de panllevar en elementos de consumo (alimentos

preparados) y estos se llevan a cabo en los restaurantes principalmente. El aspecto culinario (comida a preparar) se ha desarrollado en todo el mundo, haciéndose de este arte una actividad económica que viene influyendo en el crecimiento del Producto Bruto Interno.

5. MICROEMPRESA

Es aquella empresa que abarca de una hasta diez trabajadores inclusive; sus ventas se consideran hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

6. PEQUEÑA EMPRESA

Es aquella empresa que abarca de una hasta cincuenta trabajadores inclusive; sus ventas se consideran a partir del monto máximo señalado para la microempresa hasta 850 UIT.

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 . TIPO DE INVESTIGACION

- A. Nuestra investigación es aplicada, denominada también práctica o empírica,** guarda íntima relación con la investigación básica, porque depende de los descubrimientos y avances de esta última, enriqueciéndose de los mismos, con utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos. La investigación aplicada busca el conocer, para hacer, para actuar, para construir o producir y para modificar.

La gastronomía en el Perú y nuestra Región se ha convertido en parte de la economía activa y el crecimiento del PIB, La gastronomía es un tema de actualidad, es una actividad que está relacionado con la alimentación de las personas, por lo

que es una actividad productiva inherente al ser humano, por lo que el consumo de alimentos no va a disminuir, más bien tiende a incrementarse. Aparentemente no estuviera ligada a la producción, pero sí lo está, pues hoy sabemos que la gastronomía al PIB alrededor de 6 y 7% del PIB.

B. Nuestra investigación también es de tipo documental. Toda investigación necesita de teorías y resultados, y para ello se necesitan documentos relacionados con el tema, de textos, de planos mapas, etc. De manera que nuestra investigación es una **investigación documental** porque se apoya en fuentes de carácter documental, investigación bibliográfica (Consulta de libros), la hemeroteca (artículos, ensayos, revistas especializadas y periódicas) y la archivística, (documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes, etcétera).

Nuestra investigación acerca de la gastronomía ha necesitado de algunas teorías, por la cual nos hemos remitidos a documentos informativos acerca del arte culinario.

C. Nuestra Investigación también es de campo. En esta **investigación no se** manipula variables externas o internas; sin embargo, se manipulan datos de las encuestas, la manera de esta manipulación se hace mediante la realización de encuestas a la población en estudio. Este tipo de investigación es también conocida como investigación in situ ya que se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio. Ello permite el conocimiento más a fondo del investigador, puede manejar los datos con más seguridad y podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales.

La industria gastronómica es una actividad que no solamente es regional o local, es una actividad nacional, en todo el Perú la gastronomía está, llena de diversidad, no solo aprovechada por propios sino también por extraños. En nuestra localidad por ejemplo tenemos la tarea de desarrollarla, porque nos da la oportunidad de dar más y mejores empleos, bien remunerados y decentes.

Nuestra Investigación también es de tipo cuantitativa, por que usa, magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística. Por eso la investigación cuantitativa se produce por la causa y efecto de las cosas. Por ejemplo, si consideramos que la industria gastronómica ha incrementado, podremos decir que ha incrementado un determinado porcentaje, por ejemplo, un 5% u otro número relativo, o podremos decir que la producción ha aumentado en un 6 dolo en industria gastronómica. **La investigación cuantitativa permite** examinar los datos de manera científica, o de manera más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística. Nuestra investigación está obligada a utilizar, graficas, pasteles cuadros estadísticos numéricos, con el fin de describir y explicar la información de la gastronomía que a nivel nacional o regional.



D. La investigación **cualitativa** es usada principalmente en ciencias sociales. Se suele considerar técnicas cualitativas

todas aquellas distintas a la encuesta y al experimento. Es decir, entrevistas abiertas, grupos de discusión, grupos de discusión o técnicas de observación y observación participante. la investigación cualitativa recoge los discursos completos de los sujetos, para proceder luego a su interpretación, analizando las relaciones de significado que se producen en determinada cultura o ideología.

Nuestra investigación también es cualitativa, porque casi siempre las investigaciones, tienen un sustento teórico. Es un tipo de investigación usado principalmente en las ciencias sociales que se basa en principios teóricos tale como fenomenología²³, hermenéutica²⁴

La investigación cualitativa requiere un profundo entendimiento del comportamiento humano y las razones que lo gobiernan. Este tipo de investigación ha requerido buenos conocimientos de teorías sobre gastronomía e industria, se requiere del conocimiento de la evaluación y valoración de los efectos de la gastronomía en el empleo y el crecimiento productivo.

COMPARACION ENTRE LAS CARACTERISTICAS DE LA INVESTIGACION CUALITATIVA Y LA INVESTIGACION CUANTITATIVA

Conceptos Basicos	
CUALITATIVA	CUANTITATIVA
1. Paradigma naturalista	1. Paradigma positivista
2. Induccion, buscando una nueva teoria	2. Deduccion, basada en teoria existente
3. Causas multiples	3. Causa – efecto
4. Interactividad	4. Desinteractividad
5. Holistico (entero, global)	5. Segmentado
6. Imparcialidad y franqueza	6. Predisposicion
7. Persona principal: El Investigado	7. Persona principal: El investigador

²³ La Fenomenología es una Ciencia Filosófica que estudia todo lo relacionado con los acontecimientos que rodean a un objeto, su relación con el medio ambiente en el que se desarrollan los hechos y el cómo influye la cosa en el fenómeno.

²⁴ Hermenéutica es el arte de interpretar textos. Se utiliza este concepto especialmente en la Filosofía, el Derecho (hermenéutica jurídica) y la Literatura, entre otros.

3.1.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación es en lo fundamental descriptiva y explicativa.

A. NIVEL DESCRIPTIVO.

Es así porque describe el fenómeno, es decir describe cómo vienen funcionando los principales restaurantes de la ciudad, si se vienen innovando el arte culinario en la ciudad de acuerdo a los últimos avances de la industria de la comida y cuál es el aporte al PBI, como componente de la Micro y pequeña empresa.

B. NIVEL EXPLICATIVO.

Es así toda vez que el fenómeno a analizar ve las causas y los efectos por la que la industria de la comida evoluciona o no; cómo los factores (capacitación, situación laboral etc.), inciden en la innovación de la industria de la cocina; además hemos tratado de comprobar si la falta de financiamiento e inversiones incide en el desarrollo de los restaurantes.

3.2 MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1 MÉTODO

El método de la investigación es analítico no experimental y retrospectiva pues se analiza variables macroeconómicas y microeconómicas, analiza el problema hasta el año 2017, explicando las causas y los efectos de la gastronomía industrial e influyendo en el empleo, verificando también cuáles son los factores que incentivan la industria gastronómica a nivel nacional y en la provincia de Pasco.

A. MÉTODO INDUCTIVO.

Ello debido a que abordamos el fenómeno desde hechos particulares y llegaremos a una ley general. Por ejemplo se puede partir del análisis de un restaurante que trabaja con platos típicos exclusivamente, esto mediante el análisis del

comportamiento de la empresa establece que en efecto la buena gestión hace que estos tipo de empresas tienen un gran progreso en el mercado.

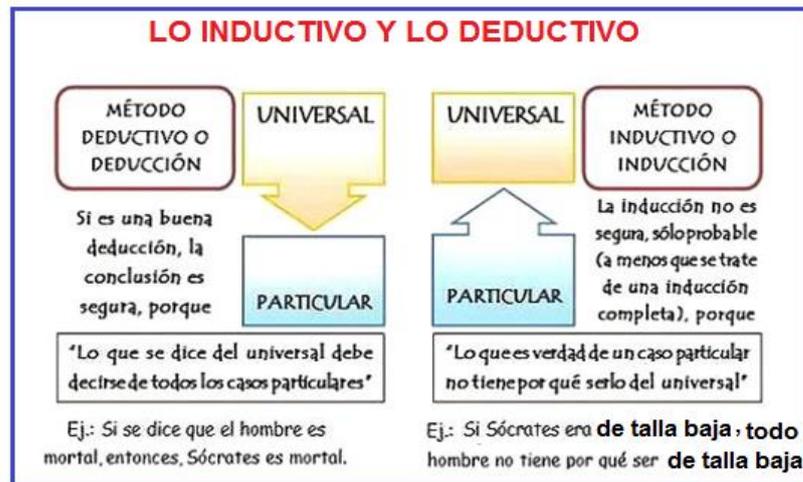
B. MÉTODO DEDUCTIVO.

Este método parte de una ley o hecho general y mediante el contraste de variables de las hipótesis se llega a un hecho específico. Por ejemplo, un investigar que estudia una teoría o ley general (el progreso de la gastronomía en las misturas regionales y locales), se hace un estudio de las variables que intervienen en esa actividad en la cual ha sido un éxito, se puede comprobar mediante el cruce de información (contraste) llegando a la conclusión del éxito o fracaso de los establecimientos de forma particular. En este caso hemos estudiado las variables y se ha discernido los problemas particulares de cada empresa en particular. Se ha verificado los problemas, (sus causas), mediante el método del contraste.

Método Deductivo:
Este método parte de leyes generales aplicadas a casos particulares, pues hay un conjunto de hechos conocidos y determinadas suposiciones a partir de los cuales otros pueden deducirse.

Ejemplo:

* Todos los peces tienen agallas	Enunciado general
* El salmón es un pez	Enunciado particular
* El salmón tiene agallas	Deducción



Aplicar el método deductivo significa que los investigadores se involucran por medio de informes, lecturas bibliográficas, noticias, periódicos, y de allí saco conclusiones (deduzco los sucesos), entonces el método es deductivo, y lo es porque se está fuera del área de investigación, (pero se está investigando).

El investigador a lo mejor no tiene evidencias suficientes para deducir la verdad, por lo que se tomarán suficientes muestras (evidencias) y mediante contrastes, cruce de información lecturas científicas, datos de encuestas, información estadística verídica, se comprobarán las hipótesis.

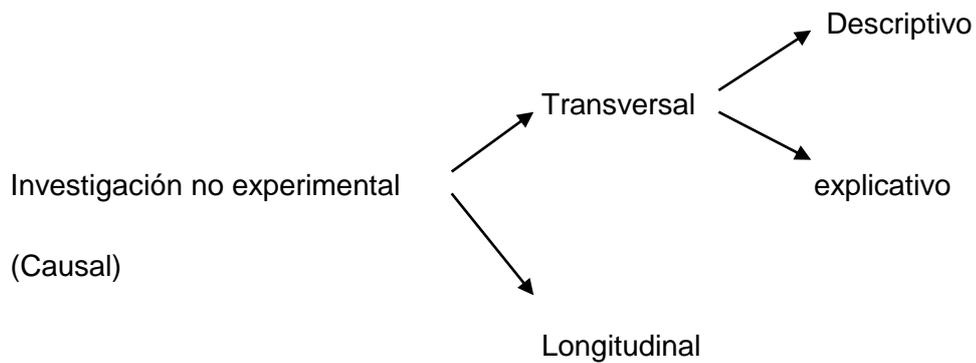
C. EL MÉTODO ESTADÍSTICO.

Este método nos ha ayudado a analizar los datos que se han obtenido, hemos analizado muestras, datos longitudinales y transversales, análisis de frecuencias, se aplica el programa stata, y el programa Ji cuadrada, de manera que el método estadístico es un método practico una técnica análoga a a la investigación que estamos realizando.

3.2.2 EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación, es no experimental tipo transversal, pues la obtención de los datos se ha realizado una sola vez en cada empresa (restaurante); se ha tomado una muestra de los

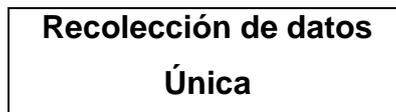
factores causales que influyen la ocurrencia del fenómeno de los factores que determinan la productividad industrial de la comida en los restaurantes de la provincia de Pasco, y se ha determinado los cambios que presentan respecto a una o más variables de estudio un periodo determinado.



A. LA INVESTIGACION TRANSECCIONAL O TRANSVERSAL

Estos diseños recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es descubrir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede en este momento, después no se puede utilizar la misma foto, toda vez que la realidad tiende a cambiar continuamente, se supone que se tiene que tomar otra

Estos diseños transaccionales se esquematizan así:



El presente trabajo de investigación que se realizará, es a nivel nacional; pero también se hará un módulo de encuestas en los distritos de Chuquimarca y Yanacancha de la provincia de Pasco, especialmente en los principales restaurantes que vienen atendiendo continuamente.

Gráficamente se expresan de la siguiente manera: A los restaurantes se les analiza en forma descriptiva y explicativa – causal.

DESCRIPTIVO

Se recolectan datos y se describe categoría, concepto, variable (X_1).

Se recolectan datos y se describe categoría, concepto, variable (X_2).

Se recolectan datos y se describe categoría, concepto, variable (X_3).

Datos en Tiempo Único: El interés es de cada variable analizada, tomada individualmente, es decir: (X_1), (X_2) y (X_3)

CAUSALES, (EXPLICATIVO)

Se recolectan datos, se explica la categoría de cada concepto, variable (X_1).

Se recolectan datos, se explica la categoría de cada concepto, variable (X_2).

Se recolectan datos, explica la categoría de cada concepto, variable (X_3).

Datos en Tiempo Único: El interés es de cada relación analizada, entre variables, sea correlación, es decir:

X_1 (con) Y_1

X_2 (con) Y_2

X_K (con) Y_K

O también puede ser la relación causal:

$X_1 \dots \rightarrow Y_1$

$X_2 \dots \rightarrow Y_2$

$X_K \dots \rightarrow Y_K$

Esta investigación es de tipo Transversal o transeccional debido a que recolectará datos en un momento dado. Consiste en analizar e interpretar sistemáticamente un conjunto de hechos relacionados con otros fenómenos tal como se dan en la presente investigación, hechos relacionados con las variables: como son la pobreza, el desarrollo nutricional y buena formación integral, de los niños más pobres del Perú.

Estos diseños se esquematizan así:



B. INVESTIGACIÓN LONGITUDINAL O EVOLUTIVA.

Se refieren a las investigaciones donde se analizan cambios a través del tiempo de determinadas categorías, conceptos, sucesos, variables, contextos o comunidades, o bien de las relaciones entre estas. De esta manera se dispone de diseños longitudinales, los cuales recolectan datos a través del tiempo o períodos, para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias.

En el caso del diseño descriptivo correlacional, el esquema es el siguiente:

$$\begin{array}{ccc} & & O_x \\ M & & r \\ & & O_y \end{array}$$

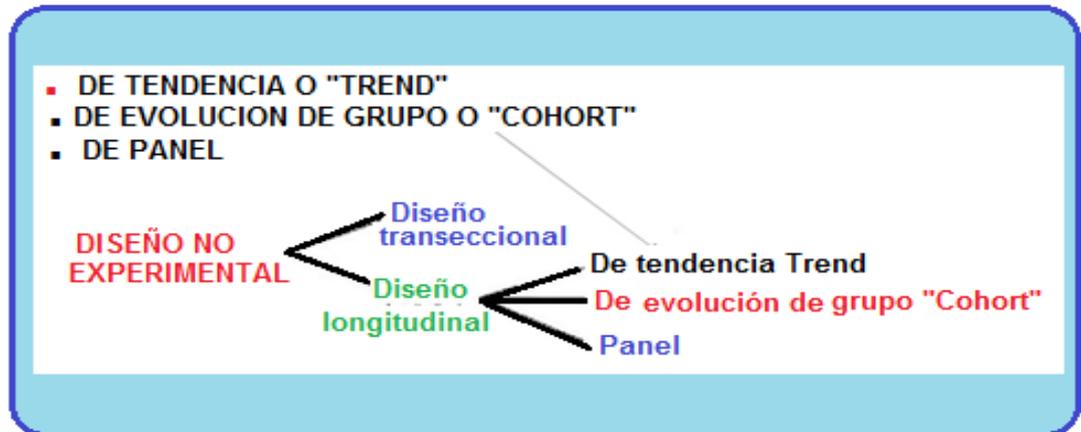
Dónde:

M : Muestra de estudio, o datos históricos-cronológicos a través del tiempo (años, meses, etc.)

O : Observaciones obtenidas en cada una de las variables

X : Aumentar el empleo dentro de las empresas (restaurantes), para la cual se requiere de mayores inversiones. a la vez se requiere capacitación para una mejor gestión empresarial administrar correctamente los programas, con el fin de conseguir los las metas, objetivos.

HAY TRES TIPOS DE DISEÑO LONGITUDINALES



Fuente: HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto – HERNANDEZ CALLADO, Carlos, BATTISTA LUCIO, Pilar (2006), "Metodología de la Investigación".

3.3. UNIVERSO Y MUESTRA

3.3.1. UNIVERSO DEL ESTUDIO

La población estará constituida por la población de Cerro de Pasco preferentemente, porque aquí se concentra la población favorecida o afectada por las micro o pequeñas empresas (los restaurantes), en realidad la población son todas las familias urbanas de la Ciudad de Cerro de Pasco. El número de restaurantes que generalmente atienden en nuestro territorio de estudio son aproximadamente 48.



3.3.2. UNIVERSO SOCIAL

El estudio abarcará a la población de la provincia de Pasco, ello porque sus distritos están fundamentalmente cercanas a la ciudad de Cerro de Pasco. Los restaurantes en estudio están ubicados en el Distrito de Yanacancha y el distrito de Chaupimarca; pero los pobladores de los trece distritos de la provincia están cercanos a la ciudad de Cerro de Pasco, hecho que haga abarcar prácticamente a toda la Población de la provincia.

El universo social es la población finita, que se puede conocer por que está disponible. Es decir, se tiene acceso para realizar el estudio. Esta expresada por los sujetos, casos o unidades de observación a los cuales se va a estudiar. Para formar parte de una población es necesario que los sujetos tengan por lo menos un atributo en común y tengan acceso a ellos.

La Inversión privada y dentro de los restaurantes son inversiones que no han corrido riesgos de perdidas económicas, sólo necesita una esmerada atención al público, porque según los encuestados “no hay perdida en comida”, pues las personas llegan de todas maneras a tomar sus alimentos “a cualquier hora”, Es difícil y poco serio tomar a un Restaurante de Lima o de otra región que imparte comida criolla. Por este motivo se ha tomado a restaurantes de nuestra ciudad de Pasco como ejemplo de lo que viene sucediendo a nivel regional o a nivel nacional. Pensamos que estos establecimientos actuarán como buena muestra.

3.3.3. UNIDAD DE ANALISIS

Está constituida por las estadísticas e información oficial que nos ofrecerá La Dirección de Comercio y Turismo. La unidad de análisis son básicamente los restaurantes ubicados en el distrito de Chaupimarca y el Distrito de Yanacancha.

3.3.4. MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

En realidad, la muestra es un sub grupo de la población, que casi siempre se utiliza por ahorrar tiempo, recursos económicos, recursos humanos, recursos logísticos, etc.

A. MUESTRA PROBABILISTICA

Esta muestra requiere precisar su tamaño; por lo que se tiene que seleccionar los elementos muestrales por medio de: un listado o marco muestral y tener en cuenta los procedimientos (haciendo tómbolas, tablas de números aleatorios o hacer una selección sistemática).

En la presente investigación aplicamos esta muestra en forma parcial para determinar en número de personas a las que se van a encuestar; en realidad hay aproximadamente 100 restaurantes en nuestros distritos metropolitanos (Chaupimarca Yanacancha) Restaurantes que ofrecen potajes propios de la región, pero también a aquellos restaurantes que ofrecen comidas de otras regiones, como de Lima, el Norte peruano, de la selva etc., nuestro estudio no enmarca a todos los restaurantes a nivel nacional, sería imposible culminar un trabajo con datos tan grandes y tan dispersos, por ello se ha decidido tomar la muestra que estamos enunciando.

La provincia de Pasco más específicamente la Ciudad de Cerro de Pasco, no tiene demasiados restaurantes que acredite grandes ventas diarias y que ofrezcan comida a clientes

exquisitos, porque nuestra ciudad no tiene buena recepción turística , básicamente debido al frío y sobre todo la altura a la que se encuentra nuestro territorio donde se realiza la investigación; sin embargo tenemos buenos restaurantes que merecen ser tomados en cuenta para nuestro análisis, no solo por sus ingresos diarios obtenidos, sino por sus inversiones realizadas para mejorar su infraestructura física y sus equipos de trabajo y por tener gran afluencia de público.

La fórmula que empleamos para determinar el número de personas a encuestar a los restaurantes (que son también micro y pequeñas empresas), empresas que constituirán la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{E^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

z = Nivel de confianza deseado (para el vaso:95% de confiabilidad, es decir, z = 1.96).

E = Máximo error de muestreo aceptable (E = 0.5%)

P = Porción de los restaurantes, cuya característica principal es ser una empresa dedicada a la industria culinaria (p = 90%) .

q = proporción de la población que o tiene la característica de nuestro interés, (1 – p = 10%)

N = Tamaño de la población (N = 100 personas que trabajan en los restaurantes más sus responsables y dos clientes en cada establecimiento). Se incluyen a seis “restaurantes informales” más un cliente²⁵.

²⁵ Ver el cuadro N°3.1

Operando la ecuación de la muestra, se tiene una muestra (de $n = 80$) personas a encuestar

CUADRO N° 3.1
PRINCIPALES EMPRESAS DE LA PROVINCIA DE PASCO

N°	EMPRESAS	Personas encuestadas	clientes
1	Restaurante "Tito`s"	3	2
2	Restaurante "El Brasero"	4	2
3	Restaurant Hotel Señorial	3	2
4	Restaurante "sol de oro"	6	2
5	Restaurante "Mirkapa"	3	2
6	Resstaurante "Yavan"	4	2
7	Restaurante "Quimbos"	4	2
8	Restaurante "El Espigòn"	4	2
9	Restaurante hollibely	1	2
10	Restaurante latinlover	2	2
11	Restaurante "Uniòn"	3	2
12	Plaza gummert	3	2
13	Chiffast	2	2
14	Otros informales	06	06
	TOTAL	48	32

Fuente: Selección de datos por conveniencia de acuerdo al cálculo de la muestra

B. LA NO PROBABILISTICA O DIRIGIDA, (POR CONVENIENCIA)

Este método de muestra es igualmente importante para los estudios de investigación y consiste en que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento de selección no es mecánico ni basado en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación.

En este tipo de muestreo se hace una selección al azar de los elementos de la muestra (elemento muestral) y no se utilizan procedimientos formales; los datos obtenidos a través de técnicas de muestreo no probabilísticos no permiten generalizaciones de la población.

- ❖ Selecciona participantes por uno o varios propósitos
- ❖ No pretende que los casos sean representativos de la población.

De esta manera en nuestro estudio se utiliza la muestra por conveniencia, pues la industria gastronómica relacionados con el empleo, están muy dispersos tanto a nivel Nacional y Local (en la ciudad de Pasco); hemos procedido Identificando los principales restaurantes que en base a ellas se ha tomado la muestra de investigación. Hay que afirmar que se ha Seleccionado a los principales restaurantes (13 más 6 que actúan informalmente) que intervienen en el mercado, se ha hecho una selección probabilística, (aplicando la formula) que es la muestra de investigación de nuestro trabajo.

A parte de ello se ha seleccionado por conveniencia el numero de personas a encuestar, en los respectivos restaurantes. De las 80 personas a encuestar se ha prorrateado a los 13 restaurantes más seis establecimientos que laboran informalmente, por todo 80 encuestas, ver el cuadro N° 3.1.

3.4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

Las hipótesis que se exponen como probables soluciones al problema planteado para lograr los objetivos propuestos, son las siguientes:

3.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

HG: “La capacitación de los emprendedores y la gestión empresarial, las inversiones en modernos restaurantes, las ferias culinarias y el turismo receptivo, **influyen** en la industria gastronómica, empleo, el crecimiento del PIB y el crecimiento del empleo”

3.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA

HE₁: “La capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y en gestión empresarial en la ciudad de Cerro de Pasco **impulsa** positivamente la industria gastronómica y el empleo”

HE₂: “Las inversiones en hoteles, la construcción de modernos restaurantes, **estimulan** positivamente el desarrollo de la industria gastronómica y el crecimiento del PIB”

HE₃: “Las ferias culinarias de misturas gastronómicas regionales y locales, el turismo receptivo, **influyen** en el crecimiento del empleo”

3.5. IDENTIFICACION DE VARIABLES

- La industria gastronómica
- El empleo
- El crecimiento del PIB
- El empleo
- La capacitación de los emprendedores
- La gestión empresarial
- Las inversiones en modernos restaurantes
- Las ferias culinarias
- El turismo receptivo
- La gestión empresarial

3.6. DEFINICION DE VARIABLES E INDICADORES

3.6.1. DE LA HIPOTESIS GENERAL

a. Variable dependiente

- La industria gastronómica
- El empleo
- El crecimiento del PIB
- El empleo

b. Variables Independientes

- La capacitación de los emprendedores

- La gestión empresarial
- Las inversiones en modernos restaurantes
- Las ferias culinarias
- El turismo receptivo
- La gestión empresarial

c. Indicadores

- Incremento de emprendedores en un 10%
- El Incremento del PIB

3.6.2. DE LA HIPOTESIS ESPECIFICA 1

a. Variable dependiente

- Industria gastronómica
- El empleo

b. Variables Independientes

- Capacitación de emprendedores
- La gestión empresarial

c. Indicadores

- Incremento de emprendedores en un 10%

3.6.3. DE LA HIPOTESIS ESPECIFICA 2

a. Variable dependiente

- El desarrollo de la gastronómica
- El crecimiento del PIB

b. Variables Independientes

- Las inversiones en hoteles
- La construcción de restaurantes

c. Indicadores

- Crecimiento de un 10% del PIB
- Crecimiento de 10% en las inversiones

3.6.4. DE LA HIPOTESIS ESPECIFICA 3

a. Variable dependiente

- El crecimiento del empleo
- b. Variables Independientes**
 - Las ferias culinarias
 - el turismo receptivo
- c. Indicadores**
 - El incremento de 10% del empleo

3.7. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Estas técnicas o herramientas que se utilizarán para la recolección de los datos serán:

3.7.1. LA ENTREVISTA

Para obtener una visión real sobre la ascendencia de los restaurantes y su productividad, hay que hacer entrevistas a los responsables de los establecimientos. No solo a los responsables de los restaurantes, sino también a los clientes.

3.7.2. LA OBSERVACIÓN

Esta técnica permitirá que el investigador recopile información de los sujetos en estudio en forma directa. El observador debe de estar dotado de conocimientos experiencia y capacidad de percibir objetivamente los eventos para nuestra investigación se tiene que verificar aleatoria y personalmente la información contenida en las proformas preguntando a los responsables de los restaurantes, si han tenido problemas para la adquisición de préstamos para la inversión.

3.7.3. CUESTIONARIO

Los cuestionarios y las encuestas, son técnicas en las cuales se plantea un listado de preguntas cerradas para obtener datos precisos. Usualmente se usan en investigaciones cuantitativas, pero también pueden incluirse preguntas abiertas para permitir un análisis cualitativo.

3.7.4 LA ENCUESTA

Que considerará el uso de un cuestionario de preguntas que estará en función de las variables e indicadores definida por las hipótesis. Esta encuesta permitirá la recolección de información directa, proveniente de la muestra.

3.7.5 ANÁLISIS DOCUMENTAL

Esta técnica nos permitirá la recopilación de información gracias a folletos, impresos, proformas emitidos por los mismos restaurantes; pero también por información de cartillas y folletos editados a nivel nacional y otros documentos y propagandas de información.

3.8. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

En este apartado se describen las distintas operaciones a las que han sido sometidos los datos o respuestas que se han obtenido: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso. En cuanto al Análisis se han definido las Técnicas Lógicas o Estadísticas, que se han empleado para descifrar lo que revelan los datos recolectados.

A. TÉCNICA DE PROCESAMIENTO



B. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Es el proceso mediante el cual los datos individuales se agrupan y estructuran con el propósito de responder a:

- Problema de Investigación

- Objetivos
- Hipótesis del estudio



CONVIRTIÉNDOSE LOS DATOS EN INFORMACIÓN SIGNIFICATIVA.



Este proceso se ha hecho a través de un sistema mecanizado apoyado por una computadora, utilizando una hoja de cálculo para hacer referencias, cuadros, gráficos y sus tabulaciones respectivas.

Una vez obtenida la información se ha procedido a la clasificación de la información para su codificación, tabulación, análisis estadístico, a fin de elaborarse los gráficos, cuadros para obtener los resultados y realizar las pruebas de hipótesis, haciendo uso del programa econométrico, SPSS y el programa Ji cuadrada y cuadros utilizando cuadros estadísticos de tabulación y hojas de cálculo.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

4.1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

Se ha realizado el trabajo de campo hasta en dos tiempos, el primero en encontrar la literatura o bibliografía a cerca de la gastronomía, no fue fácil encontrar la literatura a cerca de gastronomía, se tuvo que recurrir a viajes a la ciudad de Lima y visitar a entidades privadas, como tours turísticos y restaurantes donde se imparte comidas típicas exclusivas.

Una segunda etapa del trabajo ha sido encontrar datos primarios, estos no se pudieron tener a nivel nacional; pero sí se pudo obtener datos en la provincia de Pasco, se ha hecho encuestas en un conjunto de restaurantes que nosotros lo consideramos los más importantes; en base a esta información se ha hecho el análisis sobre todo en el IV capítulo de la presente investigación.

Luego de haber obtenido la información se ha realizado el trabajo de gabinete, que empezó a partir del mes de agosto, el trabajo fue arduo durante estos últimos meses; pero al final se pudo concluir, debemos mencionar que gracias a los datos se pudo describir las variables de las hipótesis; pero también se han realizados las contrastaciones y se han determinado las variables (causas) y las variables (efectos).

4.2. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

4.2.1. PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LA PRIMERA HIPÓTESIS (HE₁)

HE₁: “La capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y en gestión empresarial en la ciudad de Cerro de Pasco impulsa positivamente la industria gastronómica y el empleo “

A. QUE DICEN LOS ENCUESTADOS

1. ¿Hay un centro de capacitación gastronómico en la cerro de Pasco?

OBJETIVO: Lo que queremos conocer con la pregunta es si las personas a quienes se ha encuestado conocen de la existencia de algún centro de capacitación en gastronomía.

ANÁLISIS E INTERPRETACION: En realidad las personas que están en las labores en los restaurantes o centros de atención de comidas rápidas, mayormente se han capacitado fuera de la ciudad de Cerro de Pasco o simplemente son empíricos, la mayoría atienden de acuerdo a lo que les ha indicado el propietario o responsable del establecimiento. Ello lo decimos porque la mayoría de emprendedores son informales. O en todo caso actúan como informales, es decir son

establecimientos formales, pero actúan con informalidad. Por ejemplo, tienen dos trabajadores legalmente declarados, sin embargo, tienen otros trabajadores que laboran informalmente.

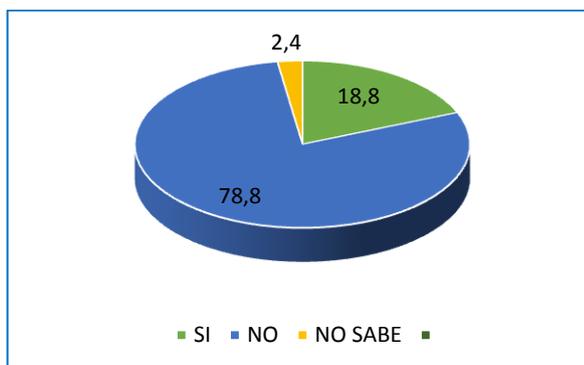
El cuadro N°4.1 y figura N° 4.1 nos muestra que el 78.8 % dicen que no existe centros de perfeccionamiento en gastronomía, la mayoría son personas empíricas, que han aprendido el arte de cocinar en la práctica misma, orientados por sus padres o familiares muy cercanos, Nuestra ciudad no se presta para que exista institutos de enseñanza de gastronomía, si algunos han estudiado, éstos lo han hecho en otros lugares como Lima, Huancayo, Huánuco u otros lugares. Sin embargo, hay personas que dicen que hay pequeñas instituciones que enseñan a aprender a Chefs, pero que no se garantiza que sean buenos establecimientos.

CUADRO N° 4.1
HAY UN CENTRO DE CAPACITACIÓN GASTRONÓMICO
LA CERRO DE PASCO

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	15	18.8	18.8
No	63	78.8	97.6
No sabe	02	2.4	100.0
TOTAL	80		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

FIGURA N° 4.1
HAY UN CENTRO DE CAPACITACIÓN GASTRONÓMICO
EN CERRO DE PASCO



2. ¿Usted piensa que ha incrementado y se han consolidado los emprendedores en la industria gastronómica en los últimos años en Pasco?

OBJETIVO: Lo que queremos conocer con la pregunta es si los encuestados han percibido que han incrementado o no el número de negocios gastronómicos en la ciudad.

ANALISIS E INTERPRETACION: En realidad los negocios gastronómicos en la ciudad de Cerro de Pasco a través de la historia no solo han crecido, sino también han mejorado en atención. El Perú es reconocido a nivel mundial por sus bondades en el arte culinario y eso ha conllevado a nivel nacional que las personas emprendedoras encuentren en la cocina lo mejor que saben y lo que han aprendido. Hay que tener en cuenta que se trata de comida, y ésta es agradable para todos los humanos que llegan a buscar lo mejor para sus paladares, así lo han demostrado en las grandes ferias de Comida, como en Mistura Nacional y las infinidades de misturas organizadas a nivel regional y locales.

No hay que olvidar nuestra tradición y más bien hay que conservarla, Tradicionalmente se ha dicho que el Perú se ha caracterizado por su buena cocina y esta se ha nutrido con la llegada de la cocina China, italiana y francesa fundamentalmente, consolidada por la gran biodiversidad de nuestra naturaleza, tenemos 85 del 100% de nuestra biodiversidad, que consolida la variedad de nuestros platos a nivel nacional y regional. A eso se debe la diferenciación de potajes que tenemos a nivel Nacional, la Costa, la Sierra y la Selva; pero también Norte, Centro y Sur, tienen distintos potajes, que lo hacen incomparable con otros países.

El cuadro N° 4.2 y figura N° 4.2 nos muestra que el 62.5% de encuestados dicen que, si se ha incrementado el número de emprendedores en la industria de la cocina, existen una serie de establecimientos que compiten en el mercado, y el mercado les ha dado el visto bueno, porque para todos hay trabajo. Para el restaurante mes equipado y para el que no lo está, pero todos venden. Por su puesto la gente preferiría que la atención sea más refinada y con fina cortesía hacia el cliente. Pero ese tipo de restaurantes también lo tenemos. “Con el negocio de la comida nadie se muere de hambre” dijeron algunos emprendedores.

Solo el 25% de encuestados dijeron que todo sigue igual desde antes y que no se muestra mayor progreso en nuestra ciudad.

CUADRO N° 4.2

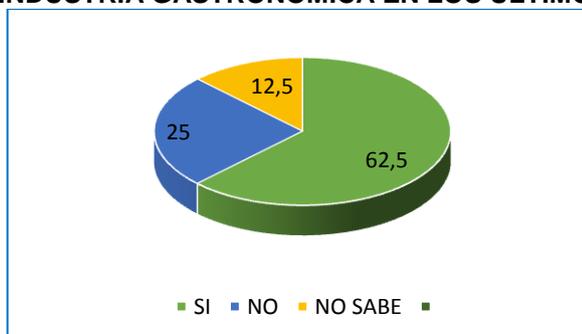
USTED PIENSA QUE HA INCREMENTADO LOS EMPRENDEDORES EN LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	50	62.5	62.8
No	20	25.0	87.5
No sabe	10	12.5	100.0
TOTAL	80		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

FIGURA N° 4.2

USTED PIENSA QUE HA INCREMENTADO LOS EMPRENDEDORES EN LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS



3. ¿usted piensa que ha incrementado el empleo gracias a al emprendimiento gastronómico?

OBJETIVO: Lo que queremos conocer con la pregunta es si los encuestados han percibido o no el aumento del empleo gracias a la actividad gastronómica.

ANALISIS E INTERPRETACION: El empleo no solo debe aumentar en número, sino no también en calidad, Hoy en día las personas estudian para atender en restaurantes y para ser los mejores Chefs, este trabajo “ya no es mal visto”, como antes, este trabajo es uno de los mejores y de pronto el más delicado, porque trata directamente con la alimentación de las personas, en Perú mejor todavía pues es visto como que tiene la mejor y más variada cocina. De manera que el empleo de Chefs es uno de los mejores vistos a nivel nacional e internacional. La gastronomía no solo da empleo a personas ajenas a los emprendedores, sobre todo da empleo a familias enteras, al padre, a la madre, a los hijos y otros familiares. De manera que la gastronomía viene apostando por el país dando empleo y e interviniendo directamente en el aporte al PIB, Porque está desarrollando industria, (utiliza insumos en la producción, eso es valor agregado).

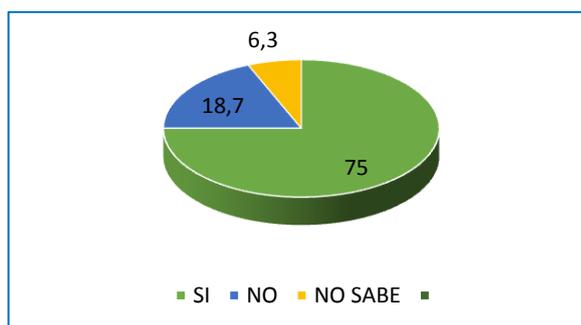
CUADRO Nº 4.3

USTED PIENSA QUE HA INCREMENTADO EL EMPLEO GRACIAS A AL EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	60	75.0	75.0
No	15	18.7	93.7
No sabe	05	6.3	100.0
TOTAL	80		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

FIGURA N° 4.3
USTED PIENSA QUE HA INCREMENTADO EL EMPLEO
GRACIAS AL EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO



El cuadro N°4.3 y figura N° 4.3 nos muestra que en efecto los encuestados manifiestan en un 75% que el empleo se ha incrementado gracias al progreso del arte gastronómico, manifiestan también que hoy tienen clientes que atender, antes “eran escasos”, por este motivo es que el empleo se ha incrementado. Solo el 18.7% dicen que en empleo sigue escaso y que no ha incrementado, por ello es que hay personas que siguen migrando fuera de los confines de la provincia de Cerro de Pasco. Claro está, los restaurantes no es toda la economía, es solo una parte pequeña de un todo.

4.2.2. PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS (HE₂)

HE₂: “Las inversiones en hoteles, la construcción de modernos restaurantes, estimulan positivamente el desarrollo de la industria gastronómica y el crecimiento del PIB”

A. QUE DICEN LOS ENCUESTADOS

1. ¿Usted piensa que hay inversiones en infraestructura gastronómica en la provincia de Pasco?

OBJETIVO: Lo que queremos conocer con la pregunta es si los encuestados consideran que se ha construido

infraestructura para la recepción de restaurantes de acuerdo con las ciudades modernas o no es así.

ANALISIS E INTERPRETACION: Lamentablemente en la ciudad de cerro de Pasco las construcciones y/o edificaciones apropiadas son escasas, Ello siempre ha sido así por la incertidumbre que acarrea la ciudad, unas veces dicen “que la ciudad se va reubicar”, otras veces dicen “que no”; por otra parte, ya no existe espacio apropiado para las construcciones, de manera que siendo así, existe poco entusiasmo para construir infraestructura y mejorar la atención de los comensales. Pensamos que más y mejor infraestructura será difícil de obtener en las condiciones que vivimos actualmente.

El cuadro N°4.4 y figura N° 4.4 nos muestra las opiniones de los encuestados acerca de este tema, por ejemplo, un 37.5% manifiesta que si es posible mejorar la infraestructura para nuevos y mejores restaurantes y que actualmente se están construyendo edificios; sin embargo, esta infraestructura no es para restaurantes, sino para alquilar a instituciones públicas y privadas, y quién sabe que dentro de estos alquileres estén las nuevas empresas gastronómicas. Sin embargo, el 43.8% manifiestan que no ha sido posible construir más infraestructura específicamente para restaurantes. Así que las opiniones están compartidas, solo se espera que la ciudad tenga alternativas para recibir a los turistas que puedan llegar a nuestra ciudad. Si nos comparamos con otras ciudades de plano podemos decir que estamos en desventaja, pues cualquier otra ciudad tiene grandes ventajas comparativas y competitivas respecto a nuestra ubicación geográfica, etc.

CUADRO Nº 4.4

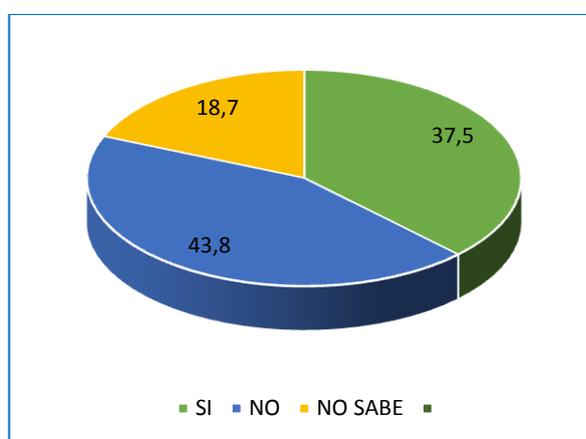
USTED PIENSA QUE HAY INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA GASTRONOMÍA EN LA PROVINCIA DE PASCO

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	30	37.5	37.5
No	35	43.8	81.3
No sabe	15	18.7	100.0
TOTAL	80		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

FIGURA Nº 4.4

USTED PIENSA QUE HAY INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA GASTRONOMÍA EN LA PROVINCIA DE PASCO



2. ¿Usted piensa que hay desarrollo de la industria gastronómica en el Pasco?

OBJETIVO: Lo que queremos conocer de los encuestados es si ellos creen que la industria de la comida se está desarrollando o no. Sus opiniones son importantes y compararlas con las respuestas de otras preguntas.

ANALISIS E INTERPRETACION: En realidad en todo el país la industria de la gastronomía ha venido desarrollando, en unos sitios mejor que en otros, en lugares más turísticos la gastronomía ha sido más intensiva; Así tenemos que en Lima y otras regiones donde las Misturas han sido intensivas la gastronomía se ha desarrollado más, en nuestra provincia de

todos modos se ha desarrollado, pero menos; por ejemplo en la provincia de Oxapampa la gastronomía se ha desarrollado mucho en paralelo con el turismo.

Los datos de las encuestas del cuadro N°4.5 y figura N° 4.5 nos muestra que el 47.5% de encuestados dijeron que se ha desarrollado la industria de la gastronomía, aunque en poca escala; sin embargo Hay un 40% de encuestados que piensa que la gastronomía está estancada. Si bien es cierto esta actividad es privada; pero sería muy bueno que la municipalidad o el gobierno regional debería promover promociones de Misturas para incentivar su desarrollo.

CUADRO N° 4.5

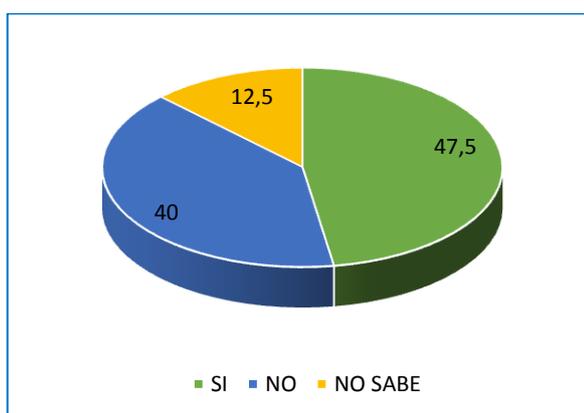
USTED PIENSA QUE HAY DESARROLLO DE LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA EN EL PASCO

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	38	47.5	47.5
No	32	40.0	87.5
No sabe	10	12.5	100.0
TOTAL	80		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

FIGURA N° 4.5

USTED PIENSA QUE HAY DESARROLLO DE LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA EN EL PASCO



4.2.3. PRESENTACIÓN, DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LA TERCERA HIPÓTESIS (HE₃)

HE₃: “Las ferias culinarias de misturas gastronómicas regionales y locales, el turismo receptivo, influyen en el crecimiento del empleo”

A. QUE DICEN LOS ENCUESTADOS

1. ¿Usted piensa que la organización de ferias gastronómicas incrementa el consumo?

OBJETIVO: Lo que queremos conocer con la pregunta es si el consumo de los platos típicos y / gastronómicos son promocionados con la organización de ferias.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Una de las actividades que han promocionado la gastronomía son las ferias organizadas por las entidades privadas o públicas; una de ellas es de la Mistura, donde se han movido millones de soles, pensamos que las ferias son verdaderas reuniones festivas que realmente promocionan el sector culinario.

Los encuestados en el cuadro N°4.6 y figura N° 4.6 nos dicen en un 68.8% que en efecto las ferias de promoción tipo mistura realmente promocionan la gastronomía peruana, y éstas pueden realizarse durante un domingo un feriado o incluso un día particular. Estas actividades se han hecho en varias centenas de veces. Solo el 18.7 % de personas dicen que las ferias no influyen en la promoción y venta de los productos gastronómicos.

CUADRO Nº 4.6

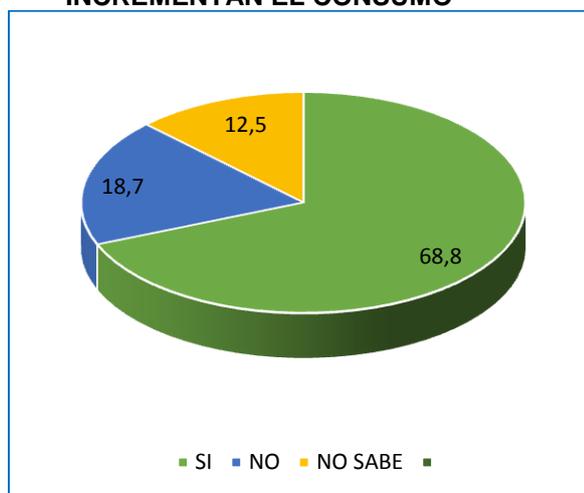
USTED PIENSA QUE LA ORGANIZACIÓN DE FERIAS GASTRONÓMICAS INCREMENTAN EL CONSUMO

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	55	68.8	68.8
No	15	18.7	87.5
No sabe	10	12.5	100.0
TOTAL	80		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

FIGURA Nº 4.6

USTED PIENSA QUE LA ORGANIZACIÓN DE FERIAS GASTRONÓMICAS INCREMENTAN EL CONSUMO



2. ¿Usted piensa que el desarrollo de la industria culinaria hace crecer el empleo en la región y el País?

OBJETIVO: Lo que queremos conocer con la pregunta es si los encuestados creen que con el desarrollo de la industria culinaria puede incrementarse el empleo en la provincia y la Región, para a economía es importante el desarrollo de esta variable.

ANALISIS E INTERPRETACION: Como repetimos el empleo es una variable económica que debería ir de la mano con el crecimiento de económica economía. El desarrollo de la industria gastronómica es una buena

alternativa de empleo para los trabajadores peruanos. Por ello es que interesa que se desarrolle la gastronomía.

CUADRO N° 4.7

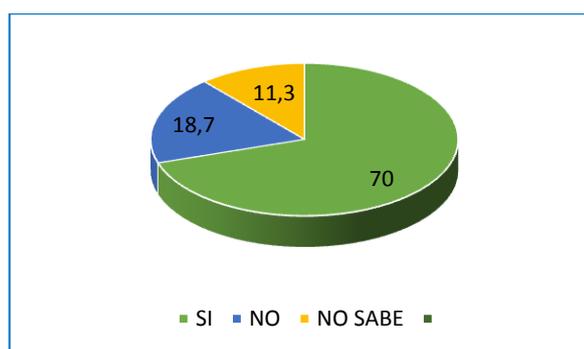
**USTED PIENSA QUE EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA CULINARIA
HACE CRECER EL EMPLEO EN LA REGIÓN Y EL PAÍS**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	56	70.0	70.0
No	15	18.7	78.7
No sabe	09	11.3	95.6
TOTAL	80		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

FIGURA N° 4.7

**USTED PIENSA QUE EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA CULINARIA
HACE CRECER EL EMPLEO EN LA REGIÓN Y EL PAÍS**



Lo que dicen los encuestados se puede mostrar en el cuadro N°4.7 y figura N° 4.7, allí nos dicen en un 70.0% que en efecto el desarrollo de la industria culinaria propicia el incremento del empleo, eso sucede así porque la gastronomía es una industria que necesita de personal para la transformación de los insumos en producto. Solo el 18.7% de encuestados dijeron que no se muestra mayor empleo con la gastronomía y que el empleo sigue siendo igual desde años atrás.

3. ¿Usted piensa que el desarrollo del turismo necesita del desarrollo de platos turísticos como alternativa de consumo?

OBJETIVO: Lo que queremos conocer con la pregunta es conocer si los administradores de los restaurantes están enterados de la importancia del turismo para la venta de sus potajes, oriundos de la zona u otros de origen nacional.

ANALISIS E INTERPRETACION: Conocemos que el turismo es un factor determinante para la comercialización de la gastronomía, por ello es que hay que propiciar el turismo receptivo, el turista trae divisas frescas para la industria, el comercio etc., por lo que el turista debe de ser tratado con mucha amabilidad sin abusar con los precios de los productos. No hay que olvidar que a nuestra provincia llegan pocos turistas básicamente por la inclemencia del clima, y encima que se le trate mal, al ver esto, otro día no vienen más, ni recomiendan a otras personas venir a nuestra ciudad.

El cuadro N°4.7 y figura N° 4.7 nos muestra las respuestas de los encuestados quienes en un 67.5% dicen que el desarrollo del turismo es de suma importancia para incrementar y desarrollar de la gastronomía no solo en Cerro de Pasco sino a nivel nacional; pero es importante mencionar que el turismo se relaciona con la gastronomía. Solo el 20% de encuestados manifiestan que no es tan verdad que el turismo incremente o haga desarrollar la mistura de platos típicos.

CUADRO Nº 4.7

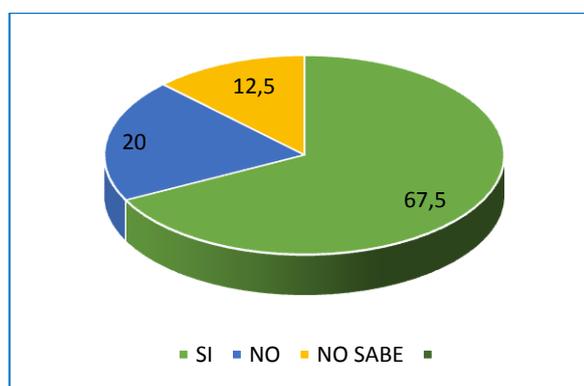
USTED PIENSA QUE EL DESARROLLO DEL TURISMO NECESITA DEL DE PLATOS COMO ALTERNATIVA DE CONSUMO

	FRECUENCIA	PORCENTAJE	% ACUMULATIVA
Si	54	67.5	67.5
No	16	20.0	87.5
No sabe	10	12.5	95.6
TOTAL	80		

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

FIGURA Nº 4.7

USTED PIENSA QUE EL DESARROLLO DEL TURISMO NECESITA DEL DE PLATOS COMO ALTERNATIVA DE CONSUMO



4.3. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

4.3.1. CONTRASTACION Y EXPLICACIÓN DE LA PRIMERA HIPOTESIS

HE₁: “La capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y en gestión empresarial en la ciudad de Cerro de Pasco impulsa positivamente la industria gastronómica”

HE₀: “La capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y en gestión empresarial en la ciudad de Cerro de Pasco **no** impulsa positivamente la industria gastronómica.

La función queda determinada de la siguiente manera:

La industria gastronómica = F (La capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y la gestión empresarial)

CUADRO Nº 4.11
PRUEBA DE LA "JI" CUADRADA DE PEARSON DE LA HIPOTESIS 1

		Hay capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y en gestión empresarial			
		Si	No	No sabe	Total
Hay una industria gastronómica	si	07	18	00	25
	No	11	22	07	40
Hay una industria gastronómica	No sabe	04	05	06	15
	Total	22	45	13	80

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Para probar la hipótesis planteada se ha procedido así:

1. Nuestra muestra es aleatoria simple
2. La estadística de prueba está dada por la fórmula:

Pruebas de frecuencias observadas

Trata de probar si los resultados a partir de una muestra tienen concordancia con los esperados.

$$x^2 = \sum \frac{(o-e)^2}{e}$$

Dónde: "o" es el valor observado para cada una de dos o más clases, y "e" es el valor esperado correspondiente.

Para evaluar esta expresión, primero hay que determinar el valor esperado para cada clase de individuos, de acuerdo al planteamiento de la hipótesis.

3. Distribución de la estadística de prueba: cuando H_0 es verdadera X^2 sigue una distribución aproximada de Ji cuadrada con $(3-1)(3-1) = 04$ grados de libertad.
4. Regla de decisión: a un nivel de significancia de 0.05, rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de x^2 es mayor o igual a 9.49.
5. Calculo de la estadística de pruebas. Al desarrollar la formula tenemos:

Calculamos los valores teóricos para cada casilla.

$$(22 \cdot 25) / 80 = 6.9$$

$$(22 \cdot 40) / 80 = 11.0$$

$$(22 \cdot 15) / 80 = 4.1$$

$$(45 \cdot 25) / 80 = 14.1$$

$$(45 \cdot 40) / 80 = 22.5$$

$$(45 \cdot 15) / 80 = 8.4$$

$$(13 \cdot 25) / 80 = 4.1$$

$$(13 \cdot 40) / 80 = 6.5$$

$$(13 \cdot 15) / 80 = 2.4$$

Una vez obtenidos los valores teóricos, aplicamos la fórmula.

$$X^2 = \sum_{N=1}^H \sum_{N=1}^K \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

Dónde:

X^2 = Valor estadístico de la Ji cuadrada

f_0 = frecuencia observada

f_e = frecuencia esperada.

$$X^2 = (7 - 6.9)^2/6.9 + (18.0 - 11)^2/11 + (0 - 4.1)^2/4.1 + \dots + (4 - 4.1)^2/4.1 + (5 - 6.5)^2/6.5 + (6 - 2.4)^2/2.4 = 15.7$$

6. Decisión estadística:

Dado que $15.7 > 9.49$ se rechaza H_0 . Ello debido a que X^2_c (calculada) $> X^2_t$ (de la tabla) al nivel de 0.05 ; por este

motivo se **declara significativa** y se concluye que sí hay relación positiva entre la variable dependiente, “**La industria gastronómica**”, relacionado con la variable independiente, “**La capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y la gestión empresarial**”. Lo que quiere decir entonces que **La capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y la gestión empresarial** determinan la industria gastronómica.

7. Decisión.

El estadístico calculado de 15.7 con 4 grados de libertad tiene una aceptable probabilidad, pues es menor que 0.05, cayendo en el nivel de significancia. Por lo tanto, se acepta H_1 y se rechaza H_0 .

8. Interpretación.

En conclusión existen relaciones significativas entre las frecuencias observadas; es decir entre la variable dependiente, “**La industria gastronómica**” está relacionada o depende de las variables independientes: “**La capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y la gestión empresarial**”. Lo que quiere decir que están entrelazadas; por ello se rechaza la hipótesis nula.

4.3.2. CONTRASTACION Y EXPLICACIÓN DE LA SEGUNDA HIPOTESIS (HE₂)

HE₂: “Las inversiones en hoteles, la construcción de modernos restaurantes, estimulan positivamente el desarrollo de la industria gastronómica y el crecimiento del PIB”

HE₀: “Las inversiones en hoteles, la construcción de modernos restaurantes, No estimulan positivamente el desarrollo de la industria gastronómica y el crecimiento del PIB”

El desarrollo de la industria gastronómica y el crecimiento del PIB = F(las inversiones en hoteles, la construcción de modernos restaurantes)

PRODUCTO INTERNO BRUTO
(Millones de soles a precios del 2007)

AÑO	PIB (Y)	% PIB	PBI NACIONAL POR GASTRONOMIA (X)
2007	319631	6.0	19178
2008	348923	6.2	21633
2009	352584	6.5	22918
2010	382380	6.8	26002
2011	407052	6.4	26051
2012	431273	6.6	28464
2013	456449	6.8	31039
2014	467433	6.2.	28981
2015	482890	6.5	31388
2016	502341	6.7	33656
2017	514927	6.7	34500

FUENTE: INEI y BCRP

PIB = Producto Interno Bruto

PIBNG = Producto Interno Bruto Nacional Por Gastronomía

$$PIB_i = \beta_0 + B_1 PIBNG_i + \mu_i$$

$$PIB_i = 59288.16 + 13.21126_i + \mu_i$$

. reg PIB PIBNG

Source	SS	df	MS	
Model	4.3027e+10	1	4.3027e+10	Number of obs = 11
Residual	1.4872e+09	9	165247467	F(1, 9) = 260.38
Total	4.4514e+10	10	4.4514e+09	Prob > F = 0.0000
				R-squared = 0.9666
				Adj R-squared = 0.9629
				Root MSE = 12855

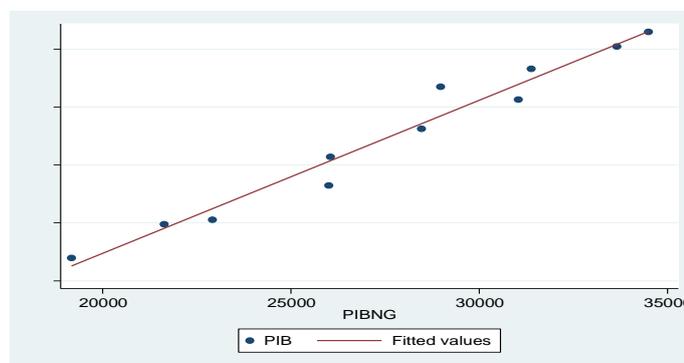
PIB	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
PIBNG	13.21126	.8187316	16.14	0.000	11.35916 15.06336
_cons	59288.16	22942.39	2.58	0.029	7388.869 111187.4

De la tabla podemos interpretar los siguientes: Primero la suma de cuadrados totales es de 4.454e+09 y la suma de cuadrados de PIB en soles es 4.3027e+10 estan explicadas por la regresión y

1.4872e+09 son los residuales. Si dividimos de $14.3027e+10 / 4.454e+09$ obtenemos una R^2 coeficiente de determinación igual a 0.96667 que indica la variabilidad en la variable PIB o que también significa la proporción total de PIB explicada por PIBNG.

La varianza residual es 165247467 y la varianza explicada por el modelo es $4.3027e+10$, ahora dividiendo una entre otra se encuentra una $F = 260.38$, esta F es estadísticamente significativa con 1 y 9 grados de libertad.

Segundo vienen los coeficientes de regresión la pendiente y la ordenada en el origen. La pendiente indica que por unidad más del PIBNG aumenta en 13.21126 por el signo positivo y la ordenada en el origen es de 59288.16 es el valor de la variable PIB en soles. Dividiendo los coeficientes con sus respectivos errores de estándar se obtienen los cocientes t que sería 16.14 que es exactamente la raíz cuadrada de la F y por lo tanto tiene la misma significancia estadística, si sumamos y restamos aproximadamente dos veces el error estándar al coeficiente tendremos el intervalo de confianza.



La figura nos muestra los puntos y la línea recta cuya ecuación sería la ordenada del origen que en nuestro caso sería de 59288.16 y la pendiente es de 13.21126 por cada unidad de cambio que pasa de 20000 a 25000 y así sucesivamente hasta 35000, y la distancia entre la recta y cada valor se llama residual.

Y para ello se determinan los residuales y se comprueban si se tienen una distribución normal mediante el test de normalidad de kurtosis y tenemos el siguiente resultado.

```
. predict r, resid
```

```
. sktest r
```

Skewness/Kurtosis tests for Normality

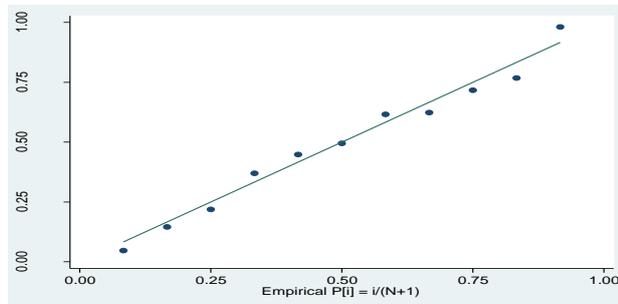
Variable	Obs	Pr(Skewness)	Pr(Kurtosis)	adj chi2(2)	Prob>chi2
r	11	0.5465	0.3456	1.43	0.4899

—— joint ——

El resultado no nos da argumento de rechazar la hipótesis de normalidad, por el tamaño de muestra tiene poca potencia estadística.

Otra posibilidad es de realizar un gráfico de normalidad de la variable residuales.

```
Pnorm r
```



Cuanto más se pegan los puntos a la diagonal más próxima será la distribución de estas variables en este caso la los residuales de la distribución normal aquí hay pequeñas desviaciones de la normalidad.

Concluyendo podemos mencionar que el modelo es significativo al 5 %, con un nivel de confianza del 95% y por lo tanto se rechaza la hipótesis nula (Error de tipo I).

4.3.3. CONTRASTACION Y EXPLICACIÓN DE LATERCERA HIPOTESIS

HE₃: “Las ferias culinarias de misturas gastronómicas regionales y locales, el turismo receptivo, influyen en el crecimiento del empleo”

HE₀: “Las ferias culinarias de misturas gastronómicas regionales y locales, el turismo receptivo, no influyen en el crecimiento del empleo”

La función de la hipótesis está dada por la siguiente expresión:

El crecimiento del empleo = F (Las ferias culinarias de misturas gastronómicas regionales y locales, el turismo receptivo)

**CUADRO Nº 4.11
PRUEBA DE LA “JI” CUADRADA DE PEARSON
DE LA HIPOTESIS 1**

		Hay ferias culinarias de misturas gastronómicas regionales y locales			
		Si	No	No sabe	Total
Hay crecimiento del empleo	si	28	17	03	48
	No	08	07	07	22
	No sabe	04	02	04	10
	Total	40	26	14	80

FUENTE: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Para probar la hipótesis planteada se ha procedido así:

1. Nuestra muestra es aleatoria simple
2. La estadística de prueba está dada por la fórmula:

Pruebas de frecuencias observadas

Trata de probar si los resultados a partir de una muestra tienen concordancia con los esperados.

$$x^2 = \sum \frac{(o - e)^2}{e}$$

Dónde: "o" es el valor observado para cada una de dos o más clases, y "e" es el valor esperado correspondiente.

Para evaluar esta expresión, primero hay que determinar el valor esperado para cada clase de individuos, de acuerdo al planteamiento de la hipótesis.

3. Distribución de la estadística de prueba: cuando H_0 es verdadera X^2 sigue una distribución aproximada de Ji cuadrada con $(3-1)(3-1) = 04$ grados de libertad.
4. Regla de decisión: a un nivel de significancia de 0.05, rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de x^2 es mayor o igual a 9.49.
5. Cálculo de la estadística de pruebas. Al desarrollar la fórmula tenemos:

Calculamos los valores teóricos para cada casilla.

$$(40 \cdot 48) / 80 = 24.0$$

$$(40 \cdot 22) / 80 = 11.0$$

$$(40 \cdot 10) / 80 = 05.0$$

$$(26 \cdot 48) / 80 = 15.6$$

$$(26 \cdot 22) / 80 = 07.2$$

$$(26 \cdot 10) / 80 = 3.3$$

$$(14 \cdot 48) / 80 = 08.4$$

$$(14 \cdot 22) / 80 = 03.8$$

$$(14 \cdot 10) / 80 = 01.8$$

Una vez obtenidos los valores teóricos, aplicamos la fórmula.

$$X^2 = \sum_{N=1}^H \sum_{N=1}^K \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

Dónde:

X^2 = Valor estadístico de la Ji cuadrada

f_0 = frecuencia observada

f_e = frecuencia esperada.

$$X^2 = (28 - 24)^2/24 + (17 - 11)^2/20.8 + (3 - 5)^2/3.5 + \dots + (4 - 8.4)^2/8.4 + (2 - 3.8)^2/3.8 + (4 - 1.8)^2/1.8 = 18.3$$

6. Decisión estadística:

Dado que $18.3 > 9.49$ se rechaza H_0 . Ello debido a que X^2_c (calculada) $> X^2_t$ (de la tabla) al nivel de 0.05; por este motivo se declara significativa y se concluye que sí hay relación positiva entre la variable dependiente, “**El crecimiento del empleo**”, relacionado con la variable independiente, “**Las ferias culinarias de misturas gastronómicas regionales y locales, el turismo receptivo**”. Lo que quiere decir que las **ferias culinarias de misturas gastronómicas regionales y locales, el turismo receptivo** determina el **El crecimiento del empleo**

7. Decisión.

El estadístico calculado de 18.3 con 4 grados de libertad tiene una aceptable probabilidad y menor que 0.05, cayendo en el nivel de significancia. Por lo tanto, se acepta H_1 y se rechaza H_0 .

8. Interpretación.

En conclusión existen relaciones significativas entre las frecuencias observadas; es decir entre la variable dependiente, “**El crecimiento del empleo**”, está

relacionada o depende de las variables independientes:
“ferias culinarias de misturas gastronómicas regionales y locales, el turismo receptivo”. Lo que quiere decir que están entrelazadas; por ello se rechaza la hipótesis nula.

CONCLUSIONES

Podemos concluir en lo siguiente:

1. La industria de la cocina requiere de artefactos (cocinas) industriales, modernos y no porque cuesten caros, sino por desconocimiento de los administradores que son muy empíricos y conformistas, no tienen la perspectiva de mejorar los negocios, solo les basta que el negocio esté caminando; y no les interesa modernizarlo.
2. Es necesaria la capacitación del Personal que trabaja en el área de la cocina y las personas que atienden en las mesas (es decir los meseros o mozos). Capacitación no solo para que sean eficientes en su trabajo, sino también que sean eficientes esmerados y educados con el público, la capacitación pasa por el buen trato y la amabilidad a los clientes.
3. La sociedad actual se encuentra en una permanente evolución dentro de sus diferentes aspectos: económico, social, político, cultural, alimenticio entre otros, siendo la Gastronomía, la ciencia que presenta los elementos imprescindibles para enfrentar el cambio y ser partícipes del mismo. El Gastrónomo es el líder que orienta acciones encaminadas a satisfacer los problemas de su entorno gastronómico, relacionado con la calidad alimenticia y el bienestar de la comunidad.
4. La industria en la provincia de Pasco, es muy débil, realmente es casi inexistente. Se carece de insumos maquinarias y equipos, es que el mercado es muy pequeño, se prefiere las inversiones en otras regiones. Nuestra agricultura es muy atrasada, casi se produce para el autoconsumo, por ello los insumos son escasos, o simplemente se distribuyen a la ciudad de Lima.
5. El presidente de Apega, Bernardo Roca Rey, saludó la voluntad de unir esfuerzos entre la gastronomía y la industria alimentaria, voluntad que se veía graficada en el referido encuentro. Mientras que el vicepresidente de la Sociedad Nacional de Industrias, José Naranjo, reconoció el importante

rol de la gastronomía en la economía nacional y puso de manifiesto la voluntad de trabajar de la mano con Apega.

6. De cara al bicentenario de la independencia nacional, la gastronomía peruana, tan reconocida y celebrada en el mundo, debe dar el gran salto, superando todas las debilidades que aún tiene para que se convierta en un motor del desarrollo del país. El gerente dijo que es prioritario que la cocina nacional mejore la calidad de sus servicios, por ejemplo, en cuanto a inocuidad, que es una de sus grandes deficiencias.
7. En la primera Hipótesis aplicando el programa “Ji Cuadrada se concluye que: dado que X^2_c (Calculada) = 15.7 > X^2_t (de la tabla) = 9.49 se rechaza H_0 , a un nivel de 0.05 ; por este motivo se declara significativa y se concluye que sí hay relación positiva entre la variable dependiente, “La industria gastronómica”, relacionado con la variable independiente, “La capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y la gestión empresarial”. Lo que quiere decir entonces que La capacitación de los emprendedores en el rubro de la gastronomía, y la gestión empresarial determinan la industria gastronómica.
8. La relación de las variables, “El desarrollo de la industria gastronómica y el crecimiento del PIB”, que están en función de “las inversiones en hoteles, la construcción de modernos restaurantes” tienen alta significación y se relacionan positivamente, pues $P > / t /$, es decir: 0.05 > 0.00; además R-Squared es de 0.9666 y la Adj R squared es de 0.9629, lo que quiere confirmar su gran significancia, a 0.05 de error.
9. “Las ferias culinarias de misturas gastronómicas regionales y locales, el turismo receptivo, influyen en el crecimiento del empleo”

RECOMENDACIONES

Podemos recomendar lo siguiente:

1. Se plantea dar una franquicia de comida peruana rápida, apetitosa, económica y sana (balanceada, baja en calorías, grasas y azúcar) y basada en productos de nuestra biodiversidad.
2. Un Centro Piloto de Innovación y Fortalecimiento de Capacidades en cada capital de región del Perú, orientado a las pequeñas empresas gastronómicas en localidades donde existan buenas condiciones de mercado, interés de los empresarios y apoyo de autoridades locales.
3. Un proyecto para agilizar e innovar procesos y mejorar la calidad de atención al cliente en la feria Mistura. Se plantea utilizar “espacios-lugares” inteligentes que permitan comprar entrada y tickets de consumo sin colas, expedir automáticamente comprobantes de pago, contar con información de ventas en el momento oportuno y realizar liquidaciones.
4. que el gobierno impulse la apertura de escuelas públicas gastronómicas para la formación de más profesionales del rubro, y escuelas de servicios gastronómicos. “Sobre todo en el interior del país, donde se requiere trabajar en los servicios gastronómicos que se brindan y desarrollar nuevas fuentes de trabajo
5. Con el ‘boom’ gastronómico han crecido exponencialmente las instituciones que forman chefs, pero a diferencia de Colombia o Chile, aquí carecemos de instituciones técnicas que formen buenos cuadros intermedios en cocina o servicios de salón.
6. Amerita, por parte de la municipalidad, un control estricto del desenvolvimiento de los restaurantes. Debemos ponernos en la cabeza que “la cocina” es el lugar más aseado de la casa, porque allí se produce los alimentos que ingerimos y está relacionado con la salud, con la vida.

BIBLIOGRAFÍA

1. ACURIO, Gastón. (2010). Distintos recortes periodísticos a cerca de la gastronomía peruana.
2. GUARDIA Beatriz Sara (2014). La quinua. Alimento de las culturas andinas. Lima Año de edición: 2013.
3. HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto – HERNANDEZ CALLADO, Carlos, BATTISTA LUCIO, Pilar (2006), “Metodología de la Investigación”, Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México.
4. LUJAN VARGAS, José (2014). Cusco Cocina Milenaria Editorial(es): Mixmade Producciones Editoriales, Lima.
5. Muro, Ángel (2004): El Practicón. Tratado completo de cocina al alcance de todos y aprovechamiento de sobras. Madrid, Agua larga Editores.
6. MACHICAO CASTAÑÓN, Fredy (2013). Junín, Saborea y cantar en el Valle del Mantaro. Editorial(es): Universidad de San Martín de Porres.
7. Macera Pablo, Santiago Tácunan. (2014). Comida ambulante. Ofertas gastronómicas de Lima Norte, Editorial(es): Universidad de San Martín de Porres. Lima.
8. Rodríguez Pastor Humberto (2014). El Ají peruano, Editorial(es): Universidad de San Martín de Porres, Lima.
9. SIMÓN PALMER, María del Carmen Ediciones Trea, S.L., 477 páginas; 25x18 cm. Este libro está en español.
10. Universidad San Martín de Porres, Recetas de la cocina peruana.
11. VARIAN Hal R. (1999). Microeconomía Intermedia, un enfoque actual. Quinta edición. Antoni Bosch. Editor.

ANEXO

ANEXO N° 1

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA

ENCUESTA

INSTRUCCIONES:

La presente encuesta tiene como objetivo recabar información relacionada con la investigación científica titulada: “**LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA EN CERRO DE PASCO SUS FACTORES QUE LO DETERMINAN Y SU INFLUENCIA EN EL EMPLEO AL AÑO 2017**”, Por lo que se solicita que las preguntas que a continuación se le presentan sean contestadas marcando un aspa (X), frente a la interrogante. De antemano les agradecemos su participación.

PREGUNTAS:

PREGUNTAS HECHAS A LOS RESPONSABLES DE LOS PROGRAMAS

1. **¿Hay un centro de capacitación gastronómico en Cerro de Pasco?**

- si
- no
- no sabe

2. **¿Usted piensa que ha incrementado y se han consolidado los emprendedores en la industria gastronómica en los últimos años en Pasco?**

- si
- no
- No sabe

3. **¿usted piensa que ha incrementado el empleo gracias a al emprendimiento gastronómico?**

- si
- no
- No sabe

4. ¿usted piensa que hay inversiones en infraestructura gastronomía en la provincia de Pasco?

- si
- no
- No sabe

5. ¿Usted piensa que hay desarrollo de la industria gastronómica en el Pasco?

- si
- no
- No sabe

6. ¿Usted piensa que la organización de ferias gastronómicas incrementa el consumo?

- si
- no
- No sabe

7. ¿Usted piensa que el desarrollo del turismo necesita del desarrollo de platos turísticos como alternativa de consumo?

- si
- no
- No sabe

12. ¿Usted piensa que el desarrollo de la industria culinaria hace crecer el empleo en la región y el País?

- **si**
- **no**
- **No sabe**

13. ¿Usted piensa que el turismo propicio e influye en el consumo de platos típicos?

- si
- no
- No sabe

14. ¿Usted piensa que el desarrollo de la gastronomía trae el incremento del empleo?

- si
- no
- No sabe

15. ¿Usted piensa que las inversiones privadas en infraestructura turística traen consigo el desarrollo de la gastronomía?

- si
- no
- No sabe

16. ¿Usted piensa que el PIB recibe un gran incremento de aporte por el desarrollo de la gastronomía peruana nacional?

- si
- no
- No sabe

17. ¿Usted piensa que la gestión empresarial de los restaurantes es importante para el desarrollo gastronómico?

- si
- no
- No sabe