



Camino

ÓRGANO INFORMATIVO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

Año XXII N° 18

Diciembre, 2022



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA

Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
FORMAMOS SERES HUMANOS PARA UNA CULTURA DE PAZ



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada
internacionalmente por



Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad

53 años
1969 - 2022

Índice

Presentación	4
Turismo, motor de desarrollo	6
Conversatorio: Plan de emergencia del turismo en el Perú No. 123- 2022-Mincetur del 03.05.2022, con comentario emitido por el profesor Pablo Gálvez	9
Conversatorio virtual: Aplicación del neuromarketing en las Agencias de viajes, a cargo de la licenciada Carmen Acuña Nava.	13
Charla informativa: ¿Por qué es importante el idioma inglés en el sector turístico? a cargo de la docente Erika Mancilla Anicama.	16
Conferencia virtual: ¿Qué tienen los peruanos que cocinan tan rico?, a cargo del profesor Rolando Tafur Zevallos, colaborador de la Escuela de turismo, Hotelería y Gastronomía.	
Día Mundial del Turismo 2022	20
Repensar el turismo	21
Programa conmemorativo del Día Mundial del Turismo 2022	23
Ciclo de conferencias setiembre y octubre	24
Lectura de la reseña de la institucionalización del “Día Mundial del del Turismo” en la Universidad Ricardo Palma efectuada por el Magíster Daniel Soto Correa, docente investigador del Instituto de Estudios Turísticos de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía	25
La Feria Misturita URP en la celebración del Día Mundial del Turismo	32
Viaje de integración a Lunahuaná	37
Edinson Barrenzuela, Chef de Partie en el The Ritz-Carlton	38
Feria Gastronómica en la Semana de la FACEE	39
Proveedores que brindan soluciones que generan valor para hoteles	40
Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la URP participó en el XXXI Congreso de la Confederación Panamericana de Escuelas de Turismo, Hotelería y Gastronomía-CONPEHT	41
Conversatorio presencial y virtual: Gestión del departamento de Recepción Decameron El Pueblo Resort & Convention Center Organizado por la licenciada Carmen acuña Nava	43
Preguntas y respuestas - La agenda es.	47
Taller vivencial: Turismo, Hotelería y Gastronomía	48
Club de Investigación de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía	49
Saludo navideño	51

Noticias destacadas

Las casas de moneda del Cusco	52
Líneas de trabajo para la Cátedra Universitaria Iberoamericana Patrimonio, Rutas e Itinerarios Culturales	54
Reconocimiento al doctor Eduardo Dargent Chamot	62
Uvas y Olivas: Patrimonio del Perú y rutas turísticas	63

Nuestros docentes escriben

Aproximación a un modelo de perfil profesional de los cuadros directrices de turismo y su desempeño en la gestión del MINCETUR 2024, por el magíster Carlos Villena Lescano, Director de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	69
El oro y la plata en el Perú de la conquista, por el doctor Eduardo Dargent Chamot, docente investigador del Instituto de Estudios Turísticos de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	80
Turismo cultural y desarrollo local en el distrito de Pacarán, Provincia de Cañete, región Lima, por el magíster Daniel Soto Correa, docente investigador del Instituto de Estudios Turísticos de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía	98
Dato para brindar un servicio profesional que impacte en su comensal, por el magíster Juan José Vásquez Pittman, docente de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía.	105
Crítica gastronómica en el Perú: ¿Por quién?, por el profesor Rodolfo Tafur Zevallos, colaborador de la Escuela de Turismo, Hotelería y gastronomía.	107

Documentos

“Excelencia Gastronómica: Reconocimiento de los restaurantes, calidad de los servicios, infraestructura y accesibilidad” investigación efectuada por las magíster Sylvia Malpartida Olivera y Teresa Edward Ames y sus alumnos de los cursos de Calidad de Servicios Turísticos y Arquitectura, Diseño y Equipamiento Hotelero.	109
---	-----



Caminos

ÓRGANO INFORMATIVO DE LA ESCUELA
PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA

Año XXII N° 18 Diciembre, 2022

Dr. Elio Iván Rodríguez Chávez
RECTOR

Dr. Félix Romero Revilla
VICERRECTOR ACADÉMICO

Dr. José Martínez Llaque
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN

Dr. Luis Ernesto Quineche Gil
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Mg. Carlos Villena Lescano
DIRECTOR
ESCUELA PROFESIONAL DE
TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA

Lic. Daniel Soto Correa
EDITOR

Av. Benavides N° 5440 - Lima 33
Apartado Postal 1801
Telf: 959 801 839
daniel.sotoc@urp.edu.pe
www.urp.edu.pe/turismo-
hoteleria-gastronomia

Diseño y diagramación
CARDA Consultores -
Agencia de Marketing y
Publicidad

Calle Jorge Chávez N° 398,
Chosica, Lurigancho, Lima.
Telf: 940 412 271
cardaconsultores@gmail.com

Presentación

Nuestra última aparición del 2022 es propicia para reflexionar en conjunto acerca de la grave situación que afronta el turismo en el Perú sin que hasta a fecha haya una posición firme de las autoridades gubernamentales tanto del gobierno central como del regional y local. La postpandemia nos había traído una suerte de esperanza acerca del surgimiento de las cifras negativas que se han alcanzado en casi todos los ámbitos del mercado turístico nacional.

Sin embargo, los agudos problemas políticos y, como consecuencia de ellos, los económicos, se tradujeron en un golpe de Estado con desmanes, revueltas, asonadas que nos han conducido a una paralización total de la economía del país y, en especial, al sector más golpeado de todos: el turismo.

Una luz en el camino apareció en este escenario. El arresto policial y cárcel para el presidente golpista quien pretendió cerrar el congreso y los poderes públicos y jurisdiccionales sin el menor rubor. El resultado fue el cambio de mando constitucional que la ley establece claramente. El cambio de timón trajo una suerte de alivio. Un nuevo gobierno y un intento por alcanzar la paz, tranquilidad y seguridad públicas, esencia del turismo en el mundo.

Estamos ante un nuevo escenario de reconstrucción sectorial que pensamos ya lo estábamos haciendo, pero volvimos a caer en el mismo foso con cifras absolutamente negativas. Por ello es que nos hemos detenido a reflexionar sobre el devenir de nuestro turismo aportando, revisando y repensando en el sector más transversal que tiene el país.

Cierto es que luego de las asonadas callejeras que nos han dejado al borde del precipicio parece haberse calmado las aguas y amenguada la violencia que el mundo ha visto. Con la llegada de un nuevo gobierno constitucional la tarea que le toca hacer de inmediato es restablecer el orden público, la imagen, paz y estabilidad para volver a crecer.

Una vez que ese escenario se consolide y el rescate de las empresas comprendidas en el FAE-Turismo normalice la cadena de pagos de dichas empresas habrá que empezar de nuevo. Pero acá la pregunta. ¿Para seguir por la misma ruta? ¿Así como antes? ¿Más de lo mismo? Sin duda sería un suicidio creer que el horizonte sería con los mismos actores y objetivos para relanzarnos al mercado.

La Universidad Ricardo Palma tiene su propio pensamiento a este respecto, es decir, la visión el futuro con nuevas aristas que venimos enarbolando desde tiempo atrás. Es decir, generar nuevos grandes proyectos interregionales en el norte del país como el pequeño Miami en Piura y Tumbes, la franja nororiental desde Chiclayo-Trujillo hasta Iquitos y Selva Central con ventajas e incentivos, así como el Estado peruano ha ofrecido a otros sectores que generan menos inversiones y empleos.

En esta edición, estimado lector, podrá encontrar distintas posiciones, aportes, recuentos y la operación de los servicios sobre el quehacer de la academia y su postura ante el acontecer de la vida nacional y sectorial desde diferentes enfoques.

Los invito a pasar revista a la pluma de nuestros escritores.

Mg. Carlos Villena Lescano

Director



Acreditada Internacionalmente por:



Afiliada a:





UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada
internacionalmente por
IAC **IN**
Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad

53 años
1969 - 2022

CHARLA

TURISMO MOTOR DE DESARROLLO

Carrera del emprendimiento

Expositor:
**Pablo
Gálvez**



**07
JUN**

06 P.M.

VÍA 
zoom

**Charla para
padres e hijos**

Admisión 2022-2



Turismo: motor de desarrollo ■■

Resumen de la charla para padres e hijos realizada el 07 de junio de 2022, dictada por el ingeniero Pablo Gálvez Villar, docente de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía



El Turismo durante las últimas décadas es una de las pocas actividades socio económicas que han experimentado un continuo crecimiento, convirtiéndola en la actividad económica que crece con mayor rapidez en el mundo entero, permitiendo convertirse en una de las mayores captadoras de ingresos, generadora de puestos de trabajo directo e indirecto, redistribuidora del ingreso y la creación de oportunidades de inversión y negocios. Por ello podemos decir que el turismo es un motor para el desarrollo socio económico para numerosos países o destinos que lo desarrollan.

Antes de la pandemia, el turismo permitía que en el mundo se trasladaran de una ciudad a otra unos 1,500 millones de viajes, generando un volumen de negocio que supera a las exportaciones de petróleo, productos químicos, alimentarios y de la industria automovilística. El turismo se ubicaba como el tercero del mundo.

El impacto de la actividad del turismo no solo debe entenderse en el crecimiento y desarrollo económico sino que debe desarrollarse dentro del marco de un turismo sustentable es decir, no solo un beneficio en lo económico, para el mayor aprovechamiento debe desarrollarse un turismo sustentable, sino también que produzca un beneficio en lo social y en la protección de la ecología; todo esto deberá tener como resultado la mejora en las relaciones socio-laborales, mejorar la

distribución de la riqueza que se genere y la elevación de la calidad de vida de la población en los lugares turísticos.

Hemos señalado la importancia de las visitas de turistas del exterior a las ciudades de un país, es decir el turismo receptivo; pero también surge un impacto positivo cuando realizamos turismo de una ciudad a otra dentro del mismo país y que conocemos como turismo interno o turismo doméstico, ya que permite redistribuir el ingreso nacional logrando un fuerte impacto positivo en las comunidades locales y al mismo tiempo contribuye al fortalecimiento de la identidad nacional de sus poblaciones.

El turismo no solo representa un sector económico poderoso por sí mismo, sino que además contribuye con el desarrollo de otros sectores de la economía, particularmente el sector de los servicios.

El Turismo en el Perú, ha representado el 4% del PBI nacional, el 8% de la PEA y es el tercer generador de divisas en nuestro país. La población laboral directa e indirecta es de 3 millones de personas y es una actividad generadora de identidad nacional.

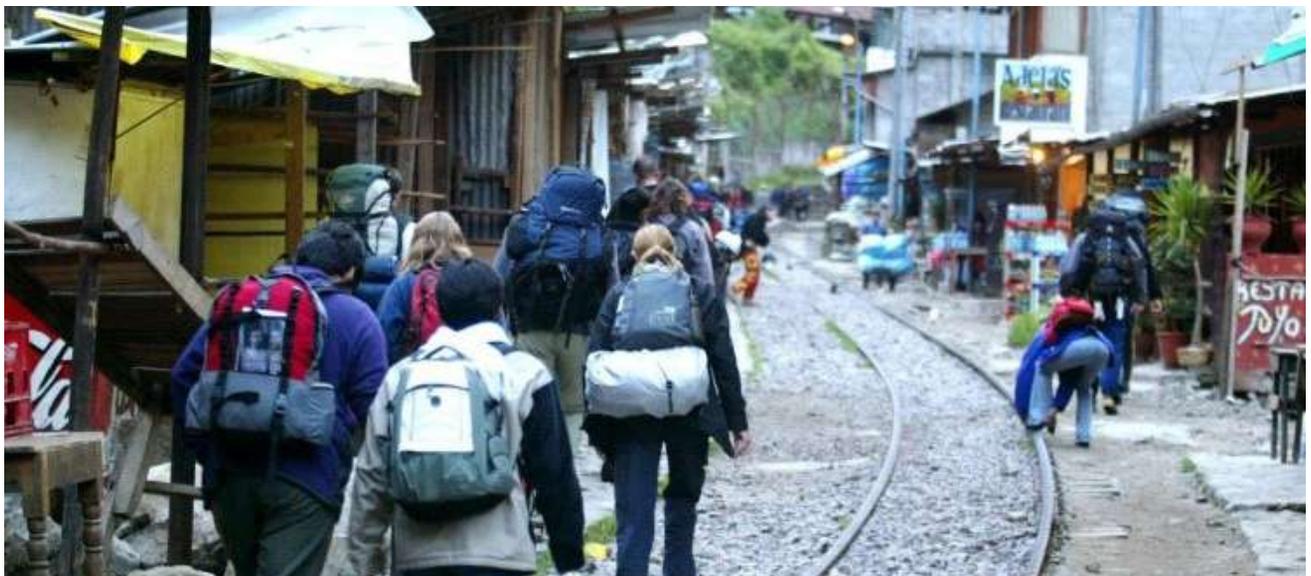
Nuestro país reúne todas las condiciones para convertirse en un país líder en la actividad turística. Poseemos una cultura ancestral heredera de un rico pasado histórico, y como pocos podemos decir “donde la historia vive”.

Somos parte del exclusivo grupo de países mega diversos por nuestra variedad geográfica, climática y ecológica, Contamos con 84 de las 106 zonas de vida existentes, contamos con 28 de los 32 climas del mundo; variados pisos altitudinales y 2/3 del territorio peruano es Amazonia. Poseemos 15 reservas naturales y 14 parques nacionales.

Poseemos a Caral, la civilización más antigua de América y la tercera en el mundo, con 5000 años de antigüedad; Machu Picchu, una de las 7 maravillas del mundo; Chan Chan, la ciudadela de barro más grande del mundo, el Lago Titicaca, el lago navegable más alto del mundo; diversos nevados como el Huascarán, el Alpamayo, la Cordillera Blanca y la Cordillera Huayhuash.

Es decir, contamos con un fuerte potencial turístico a desarrollar, pero, a pesar de toda la potencialidad que poseemos no somos capaces de generar un gran flujo de grandes corrientes de demanda que buscan cultura, naturaleza y aventura y lleguen a visitar el Perú.

Lo manifestado nos indica que hay mucho por desarrollar, por ello desde la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la URP, tratamos de formar a futuros profesionales debidamente capacitados que puedan ocupar los diversos cargos en el sector público y/o privado, para que en el desarrollo de un futuro exitoso profesional puedan contribuir al desarrollo del turismo de nuestro país.





UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada
internacionalmente por
IAC 
Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad

53 años
1969 - 2022

Conversatorio

Plan de Emergencia del Turismo en el Perú.
R.M. No. 123-2022-MINCETUR del 03.05 2022



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



Jueves 9 de junio



11.00 horas



Iván La Riva Vegazzo
Maestro en Planificación
Turística. Trujillo



José Carlos Plaza Bernal
Director Gerente de
Carrusel. Lima



Carlos Milla Vidal
Expresidente de la Cámara
de Turismo del Cusco



Carlos Viñas de Vivero
Vicepresidente de la
Cámara Regional de
Turismo de Tumbes



Mg. Carlos Villena Lescano
Director de la Escuela de
Turismo Hotelería y
Gastronomía de la URP



Teresa Rubina
Presidente de
AHORA - AREQUIPA

PLATAFORMA DE LA URP

Un cambio de opiniones para mejorar, enriquecer
y aportar desde las regiones del país en la voz de
profesionales y empresarios independientes.

INGRESO LIBRE
PREVIO REGISTRO AQUÍ

VÁLIDO POR DOS CONFERENCIAS ESCUCHADAS AL 100%

Conversatorio:

“Plan de emergencia del turismo en el Perú”



¡¡Un listado de buenas intenciones...!!

Por: Ing. Pablo Gálvez Villar, docente de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía

El pasado 9 de junio, nuestra Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía, convocó a importantes representantes de nuestro sector, a un conversatorio para intercambiar opiniones sobre el Plan de Emergencia para el Sector Turismo elaborado por el MINCETUR, mediante la RM.No.123-2022. Este importante evento organizado por la EPTHG es parte de sus actividades de investigación y de proyección a la comunidad que realiza conjuntamente con la formación académica teórica-práctica que brindamos a nuestros alumnos.

Participaron como ponentes Teresa Rubina, presidente de AHORA-Arequipa; Iván La Rosa, experto en Planificación Turística de la UNT de Trujillo; Carlos Milla Vidal, Gerente General de Milla Travel del Cusco; José Carlos Plaza, director Gerente de Carrusel de Lima; Carlos Viñas de Vivero, vicepresidente de la Cámara Regional de Turismo de Tumbes y el director de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma, magíster Carlos Villena Lescano. Es decir, se contó con las opiniones de profesionales del turismo, la hotelería, la investigación y la academia, de importantes regiones del país, con probado desarrollo de la actividad turística.

Debo resaltar que los expositores, en sus intervenciones sobre el Plan de Emergencia, tuvieron importantes coincidencias; señalaron que no debería llamarse emergencia, reactivación, señalaron, sería una mejor deno-

minación, hicieron recordar que ya el 30 de diciembre del 2020 se declaró de interés la reactivación del turismo, que el 31 de marzo del 2021 se hizo pública la R.M. de la estrategia turística para la Reactivación del turismo y después de pasados casi 2 años estamos hablando de Plan de Emergencia. Coincidieron en manifestar que el Plan es un listado de buenas intenciones y su viabilidad solo será posible si hay decisión política y este tiene que ser transversal a todo el aparato público.

Coincidieron en señalar que el Plan está elaborado en 5 enfoques correctamente planteados, pero que se requiere de acciones completas que son las debilidades del Plan. Para impulsar el turismo se requiere de tranquilidad y seguridad en el país para el turista que nos visita. Y esto es lo que nos viene faltando. Sin un programa de acciones concretas, como se realiza en Argentina que da facilidades y otorga incentivos para que se desarrolle el turismo inter-



no, ¿porque no hacer algo parecido para dar soluciones desde la empresa privada y desde la academia?

El Plan da un aplazamiento para los pagos al crédito de reactiva, lo que es muy positivo, pero hay que recordar, que no todos tuvieron acceso a este beneficio, en especial la mayoría de pequeñas micro empresas.

Se manifestó que hemos tenido abandonado al turismo interno por mucho tiempo; el plan tiene por objetivo un millón de turistas por turismo receptivo y 25 millones de turistas nacionales, activar esto último es una emergencia. Se ha considerado la gestión de gobernanza y las mesas sectoriales en cada región, las que no funcionan: de vez en cuando llaman para “la firma del año” y vuelven a desaparecer, se aplaude la de rescate financiero; en la facilitación turística, el transporte es importante, los vuelos interregionales, algo que años se requieren; la red de protección al turista, el tema de la informalidad; se comentó que hay que cambiar el enfoque de la emergencia siendo más realistas para la facilitación.

Se reiteró que la situación del turismo es bastante complicada, “nos costó bastante llegar a los cuatro millones de turistas el 2019, para estar después en 400 mil en el 2021 y esperamos llegar este año al millón y quizás el 2026 alcancemos los 4 millones”. Se señaló que Lima debe reforzarse como importante Destino Turístico con todos los atractivos que posee.

“El turismo es un sistema y nosotros somos parte de este sistema y las cosas como están, no van bien. Este plan cuenta con 77 propuestas, de las cuales 29 empiezan con el verbo “gestionar”, es decir, buenas intenciones. Si algo hay que rescatar es que se desea involucrar al empresario en el turismo nacional a través de los Comités Consultivos de Turismo, que aparecen desde hace 13 años en nuestra legislación y no ha habido ninguna actividad al respecto y lo plantean como corresponsables de la

aplicación de este plan, se propone que cuando éstos se formen deberá incluirse a la academia; algo que llama poderosamente la atención es el financiamiento de este plan, al señalar que “estos se realizaran de los presupuestos institucionales de las entidades públicas involucradas y no irrogará gastos adicionales al tesoro público”. Si no hay plata en los gobiernos regionales, ¿cómo se pueden implementar?, comentaron.

Se reiteró que hemos tenido muchos planes de reactivación, pero ninguno de ellos nos ha llevado a “la tierra prometida” y este plan tampoco lo hará. El plan señala “Mitigar la grave crisis que atraviesa el turismo, así como proponer normas vinculadas para la reactivación financiera, económica, facilitación e incentivo a la inversión privada...”, que señala el problema del Perú, el problema del empleo, que es gravísimo. Sabemos que donde no hay inversión, no hay empleo; se señaló, también que en la academia pensamos en el largo plazo, esto porque “tenemos obligaciones con nuestros educandos que se forman en nuestras aulas, son generaciones con expectativas que esperan recibir en herencia de nuestra generación un país diferente”.

Hoy estamos centrados en los PENTUR Regionales, que han sido como “propuestas localizadas a regiones como islas de un todo”, sin interrelaciones con regiones vecinas, es tener una visión sin futuro, lo que es un craso error; siempre hemos hablado de la urgente y necesaria diversificación turística; porque no pensar en un gran Circuito, Tumbes-Piura, “Playas del Norte”, tener un pequeño Miami, o un pequeño Cancún en nuestro país, que conjuntamente con el turismo interno, también para el receptivo, con inversiones con incentivos tributarios como se hizo con el Plan COPESCO en la época del gobierno militar del general Velasco Alvarado, con 3 leyes de incentivos con gollerías sorprendentes dando como resultado una gran inversión en nuestro sector; otro proyecto sería “el olvidado Circuito Nor-Oriental, que podría

ser la joya de nuestra oferta, “La Ruta Moche: Trujillo, Chiclayo, Amazonas, Iquitos, una ruta territorial de cultura, naturaleza, aventura y vivencial y un tercer proyecto, La Selva Central, de Tarma, Oxapampa hasta Pozuzo o quizá hasta Satipo”.

Diversificar la oferta turística y sumar al Circuito Sur estos tres proyectos. Con grandes inversiones se lograría activar la actividad turística y generar una gran fuente de empleos que tanto requerimos. Esto genera grandes inversiones públicas y privadas y por tanto generadoras de ingentes puestos de trabajos, no tener esta visión; en la realidad de hoy, es seguir en lo mismo de siempre, sin mirar al futuro.

Somos un conglomerado de naciones que se nos hace difícil unirnos y tomar acciones conjuntas; un resultado de ello son los PERTUR, todos sus planes y acciones están delimitados en sus territorios regionales; nosotros debemos ser capaces de tener una visión de futuro y hacer planes de reactivación más que de emergencia y viendo el futuro debemos presentar estos tres proyectos señalados y su ejecución debe contar con la decidida participación del sector privado y ser ellos que generen la gobernanza con el apoyo del sector público. En 10 años podríamos alcanzar alrededor de 150,000 empleos en esos tres proyectos.

El conversatorio concluyó manifestando que “Turismo es tarea de todos”, el lema que fue de FOPTUR, pero se toma como una buena conclusión a lo conversado en esta importante reunión.





UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada
internacionalmente por
IAC **ISO**
Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad

53 años
1969 - 2022

"Formamos Seres Humanos para una Cultura de Paz"



CONVERSATORIO VIRTUAL

APLICACIÓN
DEL NEUROMARKETING
EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

Explore
PERU

Lic. Jimena Tejeda Hernández
Social Media Analyst
GRUPO LINKA

Ing. Pablo Aurelio Gálvez Villar
Gerente General
AGENCIA DE VIAJES CALYPSO PERÚ

28 JUNIO 16:45 - 18:00

REGÍSTRASE AQUÍ
zoom <https://bit.ly/3qp0fd8>

VÁLIDO PARA EL TRÁMITE DE EGRESO

Registro de reconocimiento de conferencias únicamente en la plataforma URP y con el 100% de escucha.

INFORMES: Ana Rosa Rafaelo 922 962 788

PLAN DE TRABAJO DEL EVENTO

Conversatorio virtual

Aplicación del neuromarketing en las agencias de viajes ■■

Organizado por la licenciada Carmen del Rocío Acuña Nava, docente del curso taller de Organización de Eventos de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía

Presentación

En el marco del curso taller Organización de Eventos tenemos que poner en escena un evento académico y para ello, los estudiantes del VI ciclo hemos conformado la comisión organizadora habiendo decidido realizar el conversatorio virtual:

“Aplicación del Neuromarketing en las agencias de viajes”

Teniendo en cuenta que los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía, así como estudiantes de otras escuelas de la Universidad Ricardo Palma tienen que asistir a los eventos académicos para ampliar y fortalecer su formación profesional, además de ser requisito para obtener el grado de bachiller.

De acuerdo a los expertos nos indican que el neuromarketing nos ayuda a conocer y predecir las reacciones de los consumidores a través de estímulos publicitarios o comunicaciones y tomar decisiones en base a ello, con el objetivo de poder hacer crecer los productos, potenciar las ventas y fidelizar sus consumidores.

Para las marcas el neuromarketing es una gran herramienta para optimizar los recursos de la empresa, ayudando a nivel corporativo a la creación y gestión de productos enfocados de forma más concreta a cubrir necesidades reales de los consumidores, donde se puede aplicar los distintos tipos de neuromarketing como el auditivo, el visual y el kinestésico.

En el caso de las agencias de viajes el neuromarketing juega un rol importante en la difusión y promoción de los productos y servicios que brindan, permitiendo así, posicionar su marca en el mercado turístico.

Objetivo general:

Dar a conocer los beneficios del neuromarketing en las agencias de viajes.

Objetivos específicos:

Contribuir con el presente conversatorio virtual en la formación profesional de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía.



Poner en práctica los conocimientos teóricos del proceso administrativo de Reuniones adquiridas en el curso taller Organización de Eventos, obteniendo como producto final la puesta en escena del evento.

Ponentes:

- Lic. Jimena Tejada Hernández
Social Media Analyst
Grupo Linka
- Ing. Pablo Aurelio Gálvez Villar
Gerente General
Agencia de Viajes Calypso Perú.

Ejes temáticos a desarrollar:

- Qué es el Neuromarketing
- Tipos de Neuromarketing
- Cuáles son sus ventajas
- Cómo aplicarlo en empresas turísticas

Público potencial:

Docentes y estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía.

Público real:

Los participantes que se conectarán al evento.

Fecha del evento:

Martes 28 de junio de 2022.

Horario:

17:00 – 18:00 horas

Plataforma: Zoom

Comisión organizadora del evento:

- Jeffrie Saldaña Vásquez (Coordinador general)
- Gianella Cerquin Díaz (Moderadora)
- Ana Rosa Rafaelo Lorenzo
- Isabel Alejandra Dávila Guillen
- Lesly Alessandra Saldarriaga
- Ronaldo Junior García Eusebio
- Luis Alonso Piedra.

Santiago de Surco, mayo de 2022.





UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

53 años
1969 - 2022

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA

CHARLA INFORMATIVA DE LA ESCUELA DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA DE LA URP PARA PADRES E HIJOS

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE
EL IDIOMA INGLÉS EN EL
SECTOR TURÍSTICO?

Docente: Erika Mancilla Anicama

INSCRÍBETE AQUÍ



Martes 19
Julio 2022



6:00 P.M.



VÁLIDO PARA
CONSTANCIA DE EGRESADO



Conferencia Virtual
**¿Qué tienen los peruanos
que cocinan tan rico?**

DOCENTE RODOLFO TAFUR

22 Setiembre 2022 · Hora: 16:00



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería y
Gastronomía

Acreditada internacionalmente por IAC[®] CINQA

53 años
1969 - 2022



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada
internacionalmente por
IAC 
Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad

53 años
1969 - 2022

El pasado 22 de setiembre del año en curso el profesor Rodolfo Tafur Zevallos, colaborador de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma dictó una conferencia virtual bajo el título: ¿Qué tienen los peruanos que cocinan tan rico?, cuyos comentarios publicamos para delite de nuestros lectores.

EL EDITOR

Descifrar esta pregunta para los peruanos no es muy difícil, solo hay que recordar nuestra historia, nuestro pasado, nuestros cuentos y leyendas.

Cuando llegaron los españoles al Perú, encontraron un Imperio que no conocía la palabra Dios, y si tenían que referirse a lo que ahora nosotros llamamos deidades, ellos lo llamaban Padres porque lo conceptuaban como sus creadores y el vínculo comunicante entre su Padre (Dios) y los hombres era el alimento; por ello la forma de agradar y presentar sus respetos era, y sigue siendo en muchos casos, a través de los alimentos, a diferencia de los europeos que emplean la palabra.

Del Imperio de los Incas salieron a conquistar el mundo: las papas, el maíz, la quinua, la kiwicha, las paltas el pallar, el tomate, el maní, las yucas, el camote, la mágica y bendita ch'ya,

las arracachas, la lúcuma, el maracuyá, los zapallos loche, macre, de carga y de árbol, la chirimoya, y podemos seguir enumerándolas, seguros que llegamos a un alto porcentaje de todos los alimentos que el mundo consume. Los productos que llegaron con los europeos rápidamente se aclimataron y en muchos casos sus frutos se tornaban mucho más deliciosos que lo que se cosechaba en Europa, como muestra solo un botón: la caña de azúcar.

Recuerdo las charlas del historiador y economista doctor Virgilio Roel Pineda: la palabra Perú proviene del vocablo taino Pirú, que significa lugar de abundancia. Pero no solo debemos tomar el nombre de los productos para responder a esta pregunta, debemos referirnos a nuestras leyendas, a nuestros cuentos y mitos. Rodolfo Hinostroza, poeta y además conocedor de la cocina peruana decía en sus coloquios, que los mexicanos



nacen para ser artistas, los brasileños para ser futbolistas, los chilenos son muy buenos para la diplomacia, y nosotros los peruanos nacemos para cocinar, comer delicioso, para combinar lo incombible pues hemos roto todas las leyes gastronómicas. Imagínate querido amigo, los franceses dicen que un plato no debe tener más de un carbohidrato, pero nuestro “ceviche” con camote, yuca, choclo, cancha, zarandaja, chifle, en la sierra peruana papas y si al terminar este delicioso plato queda un poquito de jugo” le ponemos arroz, mejor dicho, no hacemos gastronomía, hacemos arte culinario.

¡Y ni que hablar de los nombres que le ponemos a nuestros platos!, hemos inventado un plato que tiene por nombre “Aeropuerto” y como diría un amigo y chef francés, “Que feo nombre, pero, que delicioso es”.

Desde niños nos dicen que el nacimiento del Perú es a base de leyendas. Creo que esta afirmación tiene mucho de verdad y para demostrar ello sólo tenemos que recordar a la Leyenda de los Hermanos Ayar, cuando traduces la palabra Ayar encontrarás que significa quinua. Según esta leyenda el gran Imperio Incásico tuvo como creadores a cuatro hermanos los mismos que tenían los nombres de Ayar Cachi, que significa quinua con sal, el segundo se llamaba Ayar Uchu, su traducción es quinua con ají, Ayar Auco que para muchos conocedores significa quinua con fréjol y, por último, según nuestros historiadores, Ayar Manco significa el que cuida la quinua. ¡Miren ustedes, los que fundaron el imperio de los Incas tenían nombres de platos! Nuestra partida de nacimiento es gastronómica, desde ese momento nos preocupó la comida, la amamos y como tal la queremos, la adornamos y si alguna preparación extranjera nos gusta, a esta la peruanizamos, la fusión fue el pan de cada día, sino pregúnteles a los chinos, italianos, japoneses, moros, árabes.

¿Te has dado cuenta estimado amigo o amiga que nuestras cocinas no tienen puerta? Los españoles aprendieron a comer aquí en el Perú, los italianos enriquecieron sus platos con nuestros productos, que serían de ellos sin nuestro tomate...ja, mejor no escribo. Para nosotros todos comen: come el muerto, come el río, come el cerro, come la laguna, es que cocinamos para llenar primero el alma y luego el estómago, somos vivencialistas y animistas, todo tiene vida, todo tiene alma y por lo tanto todo tiene que comer.

El Ying y Yang.....jajajajaja, esa dualidad nosotros lo teníamos siglos atrás. En la comida, “EIORJOyLACHINA”, todo alimento que crece mirando al sol es macho, y todo alimento que crece debajo de la tierra es hembra, ¡miren!, el equilibrio está en nuestros platos, así somos aquí en Perú, holísticos...un ejemplo...ceviche sin ají, no es ceviche y el ají es “macho”; ceviche sin camote es como una linda mujer que le falta un ojo...y el camote es “hembra”.

Para comenzar una conversación en el Perú siempre está de por medio un alimento. Una visita, siempre estará presente un plato, estamos amarrados a ellos. A dónde vamos llevamos comida, de dónde venimos traemos comida. Nuestras fiestas sin comida y sin bebida no es fiesta

Nuestros platos y nuestras bebidas cumplen una función integradora, miren nomás, aquí en el suelo peruano, tomamos de una misma botella y con un solo vaso...” lo que tú tomas, yo lo tomo, en el vaso que tú tomas yo también tomo”, eso es lealtad, amistad y esta forma o costumbre refuerza la autoridad, el liderazgo y el poder de convocatoria. Nunca podemos tomar un vaso de cerveza solos, si lo hacemos es que alguna tristeza nos embarga el corazón, pero con uno o más amigos esa botellita nos alegra hasta el alma.



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



LOS LIBERTADORES
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

DÍA MUNDIAL DEL TURISMO 2022 Repensar el Turismo

Una oportunidad para construir el turismo en el Perú mirando el corto y largo plazo, aportando y debatiendo. La crisis nos ha inspirado para no desmayar.

Repesamos el turismo con reflexiones, actitudes y conductas que nos permitan seguir nuestro camino con pasos firmes.

La celebración de hoy, comprende conferencias, juramentos, saludos a la Universidad Los Libertadores de Bogotá, lectura de la Reseña de la decisión adoptada por la Universidad Ricardo Palma para instituir en 1999 el Día Mundial del Turismo para su celebración año tras año, festival de danzas y feria gastronómica.

Cerramos nuestros homenajes con un paseo de confraternidad a Lunahuaná.

Escuela acreditada internacionalmente por IAC-CINDA

**DÍA MUNDIAL
DEL TURISMO**
2022
REPENSAR EL TURISMO

Repensar el turismo

Las llegadas de turistas internacionales a principios de este año duplicaron el nivel registrado en 2021.

En algunas regiones, las entradas de turistas ya han alcanzado, o incluso superado, los niveles anteriores a la pandemia.

El levantamiento de las últimas restricciones de viaje, junto con el aumento de la confianza de los consumidores, serán importantes motores de la recuperación del sector, y aportarán esperanza y oportunidades a millones de personas en todo el mundo.

El Día Mundial del Turismo se celebra en un momento en donde el turismo cuenta con un gran reconocimiento como pilar crucial de desarrollo y progreso.

Mayo de 2022 fue la primera vez que la Asamblea General de las Naciones Unidas celebró un debate especial sobre el turismo, lo que ilustra la importancia histórica del sector, el cual ha pasado a ser una actividad económica recurrente en la agenda de los gobiernos y las organizaciones internacionales de todo el mundo.

Al mismo tiempo, los destinos y las empresas turísticas están mostrando ser muy proactivas a la hora de hacer frente a los retos y las responsabilidades en materia de sostenibilidad, como ilustra el gran número de firmantes de la Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo, liderada por la Organización Mundial del Turismo.

De ahí que el Día Mundial del Turismo plantee las siguientes preguntas: ¿hacia dónde va el turismo?, ¿adónde queremos ir?, y ¿cómo vamos a llegar allí?

El tema "Repensar el turismo" reflejará estas cuestiones y ayudará a inspirar el debate sobre el replanteamiento del sector y su contribución al desarrollo, incluyendo materias como la educación y el empleo, así como el impacto del mismo en el planeta y las oportunidades de crecer de forma más sostenible.

Una vez más, como todos los años desde que en 1999 la Universidad Ricardo Palma decidiera institucionalizar la celebración del Día Mundial del Turismo, sigue cumpliéndose el mandato de la Organización Mundial del Turismo-OMT, con la realización de actividades de impacto que lo conmemoran.



Para el presente año, en clara coincidencia de pareceres con el lema del evento acuñado por la OMT para el presente año, “Repensar el Turismo”, la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía ha organizado el siguiente programa de actividades llevados a cabo el día 28 de setiembre en el Auditorio Javier Pérez de Cuéllar, por la modalidad virtual y presencial con la participación de docentes, alumnos de la escuela y comunidad universitaria, habiéndose planificado para tal fin diversas actividades que se reseñan a continuación .

Las conferencias se desarrollaron entre los meses de setiembre y octubre, para cuyo fin se dispuso la presentación de destacados investigadores como el historiador gastronómico Rodolfo Tafur y el doctor en turismo Eduardo Dargent Chamot. Asimismo, en esta ocasión, se contó con la presencia de uno de nuestros egresados exitosos, Edison Barranzuela, quien viene laborando en el Hotel Ritz de Miami, ocupando el cargo de chef de partie.

El día central de la actividad se desarrollaron diversas actividades como la presentación del doctor Luis Quineche Gil y el magíster Carlos Villena Lescano, decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y director de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía, respectivamente, de la Universidad Ricardo Palma; la lectura de la reseña de la institucionalización del Día Mundial del Turismo en la Universidad Ricardo Palma a cargo del licenciado Daniel Soto Correa; el saludo virtual remitido por la doctora Ángela Marchán Basade, rectora de la Universidad Libertadores de Bogotá, Colombia, la presentación del elenco de danzas de la EPTHG, quienes deleitaron al público asistente con la interpretación de diferentes danzas de la costa, sierra y selva peruana a cargo de la docente Emma Carpio.

En la Feria Gastronómica se realizó la presentación y venta de diferentes potajes elaborados por los estudiantes, labor que estuvo asesorada por los docentes del curso taller de Gastronomía Peruana, magister David Carreño y Jhonny Inga.

El cierre del programa se efectuó con la realización de un viaje de integración a la ciudad de Lunahuaná.





UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



LOS LIBERTADORES
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

CELEBRACIÓN DEL DÍA MUNDIAL DEL TURISMO 2022

PROGRAMACIÓN DEL DÍA CENTRAL - MIÉRCOLES 28 DE SEPTIEMBRE DE 2022

HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
11:00 a.m.	Saludo de bienvenida a la celebración del Día Mundial del Turismo	Prof. Daniel Soto
11:30 a.m.	Saludo del director de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía	Mg. Carlos Villena Lescano
11:40 a.m.	Lectura del Acta de creación del Día Mundial del Turismo	Mg. Daniel Soto Correa
11:50 a.m.	Saludo de la rectora de la Universidad Libertadores doctora Ángela María Merchán Basabe	Universidad Los Libertadores Bogotá, Colombia
12:00 p.m.	Juramentación del compromiso de los alumnos con el desarrollo sostenible ante el señor rector.	Alumna Milagros Fernández
12:15 p.m.	Saludo del señor rector de la Universidad Ricardo Palma.	Dr. Iván Rodríguez Chávez
12:30 p.m.	Presentación del elenco de danzas folclóricas de la URP	Prof. Emma Carpio
13:00 p.m.	Feria Gastronómica organizada por los alumnos de Gastronomía de la URP	Profesores: David Carreño y Jhonny Inga

Cierre del programa con un viaje de integración a Lunahuaná

Lugar: Auditorio Pérez de Cuellar

Ingreso Libre

CICLO DE CONFERENCIAS

Setiembre y Octubre



Docente Rodolfo Tafur



Dr. Eduardo Dargent



Chef Internacional
Edison Barranzuela

¿Qué tienen los peruanos que cocinan tan rico?

22 setiembre 2022

Hora 16:00

La gastronomía limeña al momento de la independencia

13 octubre 2022

Hora 16:00

La formación académica y una oportunidad laboral

(Experiencia como alumno egresado de la escuela de Turismo, hotelería y gastronomía de la URP)

20 octubre 2022

Hora 16:00

Lectura de la reseña de la institucionalización del “Día Mundial del Turismo” en la Universidad Ricardo Palma efectuada por el licenciado Daniel Soto Correa, docente investigador del Instituto de Estudios Turísticos de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma ■■

Señor doctor Iván Rodríguez Chávez, rector de la Universidad Ricardo Palma

Magíster Carlos Villena Lescano, director de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma,

Señores autoridades académicas, docentes, investigadores, alumnos y trabajadores de la Universidad Ricardo Palma y público en general que está conectado al desarrollo del programa conmemorativo del Día Mundial del Turismo a través de las redes sociales.

En 1979, en Torremolinos, España, la III Asamblea de la Organización Mundial del Turismo-OMT decidió instituir el **Día Mundial del Turismo** a celebrarse a partir de 1980, el día 27 de setiembre de cada año, recomendando a los gobiernos la realización de actividades de impacto que lo conmemoren.

El propósito fundamental de dicha decisión fue generar una corriente de opinión favorable en la ciudadanía sobre el real significado del turismo en el mundo, visto no solamente en su tradicional versión de gente que viaja de un país a otro, sino como un hecho educativo, cultural, espiritual, capaz de generar riqueza y propiciar el desarrollo de los pueblos. También fue objetivo de la OMT sensibilizar a las autoridades públicas y privadas sobre el papel que les corresponde en el impulso y fomento de una de las actividades más espectaculares del mundo moderno.

Del 27 de setiembre al 10 de octubre de 1980, en Manila, Filipinas, la Conferencia Mundial del Turismo, adoptó la **“Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial”**, documento que

constituye un hito histórico por su significado como un fenómeno social trascendente para la vida y progreso de las naciones.

La Organización Mundial del Turismo, reunida en Acapulco en 1982, manifestó en el **“Documento de Acapulco”** que la celebración del Día Mundial del Turismo constituye uno de los factores importantes de sensibilización respecto de los múltiples valores del turismo.

10 años después, en nuestro medio, el entonces ministro de Industria, Turismo e Integración-MICTI, señor Carlos Raffo promulgó la Resolución Ministerial N° 489-89-ICTI/TUR del 5 de setiembre de 1989, dispositivo que en su artículo único resolvió:

“Artículo 1°.- Declarar el 27 setiembre de cada año como “Día Mundial del Turismo” que se celebrará en todo el territorio nacional”.

A mediados del año 1999, en momentos en que el doctor Sixtilio Dalmau Castañón ejercía la presidencia de la Comisión de Dirección y Ejecución de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Ricardo Palma,



20 años después de su creación por la OMT, sustentó la conveniencia de celebrar el **Día Mundial del Turismo** en la Universidad Ricardo Palma a partir del año 1999.

Durante su fecunda vida profesional el doctor Dalmau había desempeñado importantes cargos dentro y fuera del país, como ser el **gerente general de la Corporación de Turismo del Perú-COTURPERÚ**, y en el plano internacional haber llegado a ser el **Director Regional para las Américas de la Organización Mundial del Turismo-OMT** y como tal había tomado parte activa en la **III Asamblea de Torremolinos**, la **Conferencia Mundial del Turismo** donde se adoptó la **“Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial”**, por tanto, se adscribía a la filosofía y mandato de la OMT para propiciar la celebración del Día Mundial del Turismo en nuestra casa de estudios.

La propuesta fue elevada al Consejo Universitario por los conductos regulares siendo finalmente aprobada, expidiéndose el Acuerdo de Consejo Universitario N° 991211-URP de fecha 15 de setiembre de 1999, acordando: **Instituir en la Universidad Ricardo Palma el 27 de setiembre como el “Día Mundial del Turismo”**, fecha que empezó a ser celebrada desde dicho año con la realización de un programa especial, bajo el lema **“Turismo: Protección del Patrimonio Mundial para el Nuevo Milenio”** señalado por la OMT para las celebraciones de dicho año.

Cabe mencionar que eran momentos en que la Universidad Ricardo Palma había consolidado la política que facilitaba la instauración de alianzas estratégicas con gobiernos locales, comunidades campesinas, empresas e instituciones públicas y privadas, mediante la firma de convenios marco de cooperación académica, científica, cultural y desarrollo turístico y de convenios específicos, camino a cumplir efectivas acciones de extensión universitaria y proyección social, por lo que el momento se tornaba propicio para la instauración de una celebración de ámbito mundial que, a no dudarlo, enriquecería el

calendario de eventos de la Escuela de Turismo y Hotelería.

Ese mismo año, por feliz coincidencia, el director general de la UNESCO y el secretario general de la OMT suscribieron un mensaje conjunto en ocasión del Día Mundial del Turismo de 1999 con el lema **“El turismo: protección del patrimonio mundial para el nuevo milenio”** donde manifestaron *“que el comienzo de un nuevo milenio era un momento muy adecuado para actuar en favor de la protección del patrimonio cultural, buena parte del cual ha sobrevivido a siglos, y a veces, a milenios de historia. A todos los que hoy disfrutamos de los tesoros culturales del mundo, expresaron, nos incumbe garantizar su protección y su conservación para las generaciones futuras”*.

Los firmantes del mensaje conjunto agregaron que *...“a lo largo de los años, la UNESCO y la OMT han consolidado una estrecha asociación para fomentar la conservación del patrimonio cultural por medio del turismo sostenible y agregaron que la sed de conocimiento y el deseo de disfrutar en persona de las maravillas de nuestro mundo seguirán, sin duda, impulsando el floreciente turismo cultural. Bien gestionado y planificado, el turismo cultural cumple una función esencial en la protección del patrimonio mundial, ya que reporta los medios financieros necesarios para proteger los sitios y monumentos de nuestro patrimonio. Los ingresos de este tipo de turismo también ayudan a mantener la artesanía local y las tradiciones culturales. Sin esa inyección de fondos, muchos sitios del patrimonio y muchas actividades culturales se enfrentarían a un incierto futuro”*

En esa primera versión del Día Mundial del Turismo habíamos pactado un convenio marco de cooperación con los directivos del **“Comité Pachacamac 2000: Recibiendo el Nuevo Milenio en el Perú”**, cuya firma se llevó a cabo como parte del primer programa conmemorativo del Día Mundial del Turismo de la Universidad Ricardo Palma. En la misma ocasión se presentó la primera versión de la revista Caminos, órgano informativo

de la Escuela de Turismo y Hotelería de la Universidad Ricardo Palma.

Veintidos años después, con el vital apoyo del Centro de Viajes y Turismo primero y del Instituto de Estudios Turísticos después, en el marco de este importante evento del calendario turístico mundial, hemos logrado adelantar una serie de iniciativas de desarrollo turístico sostenible en diversas áreas del territorio nacional, llevando a cabo similares programas con instituciones con las que la Universidad Ricardo Palma tiene firmado convenios marco de cooperación y convenios específicos encaminados a la realización de planes de desarrollo turístico sostenibles.

Acompañenme a efectuar un somero recorrido, casi a la carrera, de los desplazamientos efectuados por la URP en esta fecha, organizando comitivas integradas por autoridades académicas, docentes, investigadores y alumnos de nuestra universidad, organizadas por nuestra escuela profesional, la mayor parte de ellas lideradas por el rector de nuestra casa de estudios el doctor Iván Rodríguez Chávez. No cabe duda que el compromiso e impulso brindado por el rector de la URP a nuestro trabajo nos ha impulsado a crecer y ser cada día más competitivos para servir mejor.

Recordamos la celebración Día Mundial del Turismo 2002 con la realización de la **Caminata Ecoturística Montaña Sagrada del Pariacaca-Carhuapampa de Pariac-San Mateo de Huanchor**, parte de nuestro programa **“Uso Ecoturístico del Camino Inca Pachacamac-Jauja”**. Esta actividad la organizamos en acción conjunta con las municipalidades provinciales de Jauja y Huarochirí, las municipalidades distritales de Canchayllo, Paccha y Llocllapampa; la SAIS Túpac Amaru y la Comunidad Campesina Carhuapampa de Pariac, trekking de 3 días y dos noches de duración que obligó al armado de dos campamentos, los mismos que fueron presididos por el rector de nuestra universidad e integrada por alumnos, docentes e investigadores de las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales, Arquitectura y

Urbanismo, Ciencias Biológicas y Medicina Humana, culminándola con éxito.

Con la realización del programa correspondiente al año 2003 logramos llevar a cabo la **“Caminata Ecoturística California-Santa Rosa de Chontay”** recorriendo un camino prehispánico por donde se desplazaban los antiguos peruanos uniendo la cuenca media del río Rímac con la cuenca baja del río Lurín. Dicho camino, antaño, fue materia de una tradición de Don Ricardo Palma, el patrono de nuestra universidad, plasmada en su tradición titulada “Los Malditos”. Participaron en dicha caminata entre otras personalidades los rectores de la universidades Ricardo Palma, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle-La Cantuta y la Universidad Nacional de Tumbes; los alcaldes de las municipalidades distritales de Chaclacayo, Chosica, Antioquía y la Comunidad Campesina Sisicaya. A dicha caminata se plegó el alcalde de la Municipalidad Distrital de Cahicacán y una comitiva de dicho distrito.

Dicho programa incluyó también la **“Caminata Ecoturística a la Montaña de la Diosa Chaupimarca”** organizada conjuntamente con la Municipalidad Distrital de San Mateo de Otao y el Instituto para la Recuperación y Desarrollo de la Cuenca del Río Rímac-GRUPO RÍMAC”.

Fruto de dicho programa fue la iniciativa asumida por el doctor Adán Alvarado Bernuy, por entonces rector de la Universidad Nacional de Tumbes, quien redactó una Declaración que fue suscrita por todos los participantes del programa conmemorativo, por el cual se sustentaba y solicitaba al viceministro de Turismo y a la gerente general de PROMPERÚ disponer la inclusión del Día Mundial del Turismo en el Calendario de Eventos Nacionales que promocionaba PROMPERU, encargando al doctor Iván Rodríguez Chávez, rector de la Universidad Ricardo Palma, para que en su oportunidad cursara las comunicaciones correspondientes, lo que se llevó a cabo dirigiendo comunicación al entonces viceministro de turismo, arquitecto Ramiro Salas Bravo mediante el envío del oficio

N° 1143-2003-URP-R de fecha 23 de octubre de 2003.

En los años posteriores hemos llevado a cabo los siguientes programas:

- Día Mundial del Turismo-2004-La Universidad Ricardo Palma al Encuentro de Huallanca
- Día Mundial del Turismo- San Mateo de Otazo 2005
- Día Mundial del Turismo-Huallanca 2006
- Día Mundial del Turismo - Chancay 2007
- Día Mundial del Turismo-Minka por Tucre Puente, Callahuanca 2008
- Día Mundial del Turismo-Cachicadán 2009
- Día Mundial del Turismo- Callahuanca 2010
- Día Mundial del Turismo - Callahuanca 2011
- Día Mundial del Turismo-Chacas 2012
- Día Mundial del Turismo- Carania 2015
- Día Mundial del Turismo- Carania 2017
- Día Mundial del Turismo-Pacarán-Vitis-Huancaya 2017
- Día Mundial del Turismo-Chosica 2018
- Día Mundial del Turismo-Callahuanca 2019 (como parte del programa “Ahora le toca a Callahuanca”)
- Día Mundial del Turismo- II Congreso de turismo de la cuenca del río Cañete 2020
- Día Mundial del Turismo 2021- donde se incluyó el **III congreso de turismo de la cuenca del río Cañete, bajo el lema “Turismo para un crecimiento inclusivo”** señalado por La Organización Mundial del Turismo, el mismo que incluyó importantes trabajos a los que se refirió con amplitud el magister Carlos Villena Lescano, director de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma.

El programa conmemorativo del Día Mundial del Turismo para el presente año incluye

una serie de actividades de importancia, una de ellas, la participación de la doctora Ángela María Marchán Basabe, rectora de la Universidad Los Libertadores de Bogotá, Colombia, quien en breves momentos se plegará a nuestro programa enviando un saludo virtual.

A propósito del lema escogido para el Día Mundial del Turismo 2022, **“Repensar el turismo”**, el secretario general de la OMT, señor Zurab Pololikashvili ha manifestado:

“Repensar uno de los principales sectores económicos no va a ser fácil, pero vamos bien encaminados.”

La crisis nos ha inspirado y ha catalizado la creatividad. Y la pandemia ha acelerado la transformación del trabajo, planteando desafíos, pero también grandes oportunidades para asegurar que sean más las personas que lleguen a beneficiarse de la reactivación del turismo”.

En el ámbito académico, en la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma lo venimos haciendo de manera continua y sostenida, poniendo en manos del alumno las mejores herramientas educativas traducidas en equipamiento, laboratorios y talleres de última generación; en el plano de los objetivos a los que hemos arribado, nuestros alumnos han transitado por los caminos del Plan Lector, el mismo que se entronca con los objetivos del Club de la Investigación y culmina en Caminos Estudiantiles que es una publicación hecha para que ellos vuelquen desde sus tempranos años juveniles el fruto de sus estudios e investigaciones.

Nos toca repensar el vínculo que debe acercarnos a los gremios institucionales del sector, a los gobiernos regionales, provinciales y locales, a las instituciones comunitarias en la búsqueda de nuevos caminos orientados a prestarles apoyo permanente para consolidar los servicios turísticos que ofrecen a visitantes y turistas.

Estamos en la tarea de repensar las políticas oficiales de turismo a efecto que los planes de

desarrollo no se lleven a cabo colocando fronteras a la expansión natural de sus espacios geográficos, autolimitándose en sus aspiraciones de crecimiento y progreso.

Como quiera que nuestra labor educativa nos obliga a pensar en el futuro, ya estamos repensando en la mejor manera de contribuir al desarrollo de nuevas propuestas generando nuevos proyectos que provean miles de trabajo productivo, entre ellos:

1. Plan de desarrollo turístico interregional Tumbes-Piura, el pequeño Miami.
2. Plan de desarrollo turístico interregional Nor Oriental.
3. Plan de desarrollo turístico interregional Selva Central.

¡Desde la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma les deseamos un feliz Día Mundial del Turismo!

Muchas gracias.

Lic. Daniel Soto Correa
Docente Investigador del Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía
Universidad Ricardo Palma
daniel.sotoc@urp.edu.pe
Lima/28/09/2021

**DÍA MUNDIAL
DEL TURISMO** 
2022 
REPENSAR EL TURISMO

Una vez más, como en ocasiones anteriores, el elenco de danzas de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía a cargo de la profesora Emma Carpio, le puso alegría, ritmo, colorido, cadencia y juventud a la fecha conmemorativa del Día Mundial del Turismo.





La Feria Misturita URP en la celebración del Día Mundial del Turismo 2022 ■■

Por Mg. David Carreño Farfán, docente de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía

Misturita-URP nació hace varios años en la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía con el objetivo de revalorar el nombre de la gran feria nacional Mistura, que constituyó en su momento el impulso que permitió el crecimiento logrado por la gastronomía peruana, mostrándola con orgullo a los ojos y paladares del mundo entero, con la consiguiente contribución a la optimización de la oferta turística nacional.

En mérito a su importancia, la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía, ha venido desarrollando presentaciones gastronómicas en diversas ocasiones del calendario festivo como fiestas patrias, día de la madre, navidad y en el presente año, luego de reapertura de las clases presenciales y la finalización de la Covid-19, la reanuda en la celebración del Día Mundial del Turismo y la Semana de la FACEE.



Parte del equipo de trabajo que intervinieron en esta ocasión integrada por alumnos del Curso Taller de Técnicas de Cocina y Manipulación de Alimentos del IV ciclo y los del Taller de Cocina Peruana del V ciclo.

Desarrollar la Feria Misturita-URP implica variadas acciones previas por parte de los docentes encargados de los cursos taller y los entusiastas alumnos participantes en dicho evento, ocasión que permite la aplicación de las lecciones aprendidas de los docentes en los pasos transitados por el aula gastronómica, el taller de cocina, el restaurante escuela El Mesón del Estudiante, añadiéndole la posibilidad del emprendimiento empresarial in-situ, generando asociatividad en el alumnado, la elaboración de planes de trabajo, selección de recetas, costeo y armado de sus hojas de producción y el establecimiento de los precios de los platos a ser ofertados, etapa de la comercialización en la que se tiene en cuenta diversos aspectos de los gastos generales y específicos en cada producto.

En esta ocasión participaron los alumnos del curso del Taller de Técnicas de Cocina y Manipulación de Alimentos del IV ciclo y los del Taller de Cocina Peruana del V ciclo de la carrera profesional.

La organización general de esta actividad se dio con las indicaciones y recomendaciones de la dirección de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía, la parte de gestión estuvo a cargo del profesor Juan José Vásquez Pittman, la referida a la etapa operativa del evento estuvo a cargo del profesor David Carreño Farfán, contando con el apoyo de siempre del señor Lolo Caldas Tarazona como parte de apoyo brindado desde el Restaurante “El Mesón del Estudiante”.

Días previos al evento, se llevaron a cabo reuniones en las que se vertieron las propuestas de los alumnos, las posibilidades y expectativas del público de nuestra casa de estudios, y otros temas como el climático, para decidir entre una u otra elaboración. La idea es que los platos a ser elaborados sean de la aceptación del total de participantes y que la parte logística requerida sea posible, ya que se cuenta con 16 hornillas, y 2 hornos combinados, 5 planchas francesas, 1 abatidor de alimentos, todos en óptimas condiciones. Se busca igualmente que la producción a

desarrollarse sea fluida y que se puedan utilizar de manera alterna la producción a elaborar evitando se repita.



Aclarado y organizado lo que se proyecta producir, queda el costeo por parte de los alumnos de cada elaboración. A partir de ello se puede visualizar los costos reales de producción, hecho que implica también si se prosigue con lo planificado o se cambia de acuerdo al costo que se presenta o a la imposibilidad de contar con tal o cual insumo, pasos que los alumnos pueden aprender y aplicar poniendo en práctica la “toma de decisiones”, capacidad reconocida y valorada a la hora de calificar a un profesional para su contratación.

Luego de superados todos los pasos previos, se estableció la “Mise en Place”, es decir, todos los preparativos previos a la producción, para lo cual los alumnos se instalaron un día antes en el taller de cocina y el aula gastronómica; para ver lo planificado y todo lo referido a la presentación y servicio que se daría durante el día del evento así como por ejemplo temas tan simples pero de mucha importancia, como ¿quién cobra? y cuanto sencillo se debe de tener previamente para darle comodidad y fluidez al servicio.

Dada la gran diversidad de nuestra gastronomía, se tuvo en cuenta algunas preparaciones como, la Causa a la Limeña, papa a la Huancaína, ají de gallina, seco con frejoles, cau-cau, chanfainita, huatia sulcana,



chaufa de pollo, postres como arroz con leche, torta de chocolate, chica morada, emoliente y otras elaboraciones.



Como dato curioso debo señalar que estaba previsto empezar la exposición y venta a las 11:20 am. como parte del cambio de hora de las clases en la facultad, pero el pedido de los comensales nos obligó a adelantar lo previsto para los 10:30am, teniendo que armar todo con mayor apuro. Cabe comentar que varias elaboraciones antes de salir a las fuentes ya estaban separadas mediante las “pre-ventas” con días de anticipación.





DÍA MUNDIAL DEL TURISMO 2022

Cierre del programa con

VIAJE DE INTEGRACIÓN A LUNAHUANÁ



**Domingo
9
de octubre**

¡Saca tu espíritu de viajero
aventurero en el encantado Valle
de Lunahuaná!

Costo por Pax : S/ 90

Incluye: Movilidad turística Lima/Lunahuana/Lima + Plaza de
Armas City Tour + Vitivinícola + Degustaciones en bodega de Vinos
y Piscos + Visita al Puente colgante Catapalla + Visita a un centro
apícola + Degustación de mieles de abeja y más + Seguro de
pasajeros contra accidentes SOAT+ Botiquín para emergencias +
Almuerzo en Lunahuana por cuenta del Pax.

Salida: 06.30 a.m. en la URP

Para los Pax que deseen, realizaremos una breve parada en el
restaurante El Buen Horno, o similar; para un desayuno, pan a la
leña con chicharrón y café o jugo.

Opcionales:
Canotaje, paseo a
caballo, cuatrimotos,
kayaks.



Informes al: 982-907-931 / 995-003-808



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

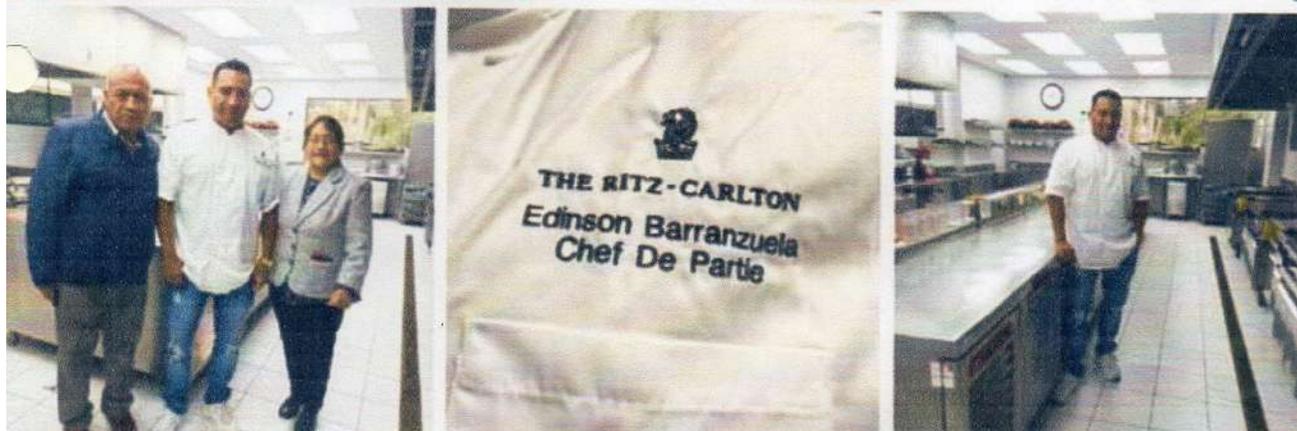
Acreditada
internacionalmente por
IAC 
Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad

53 años
1969 - 2022



Edinson Barranzuela

Egresado de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía

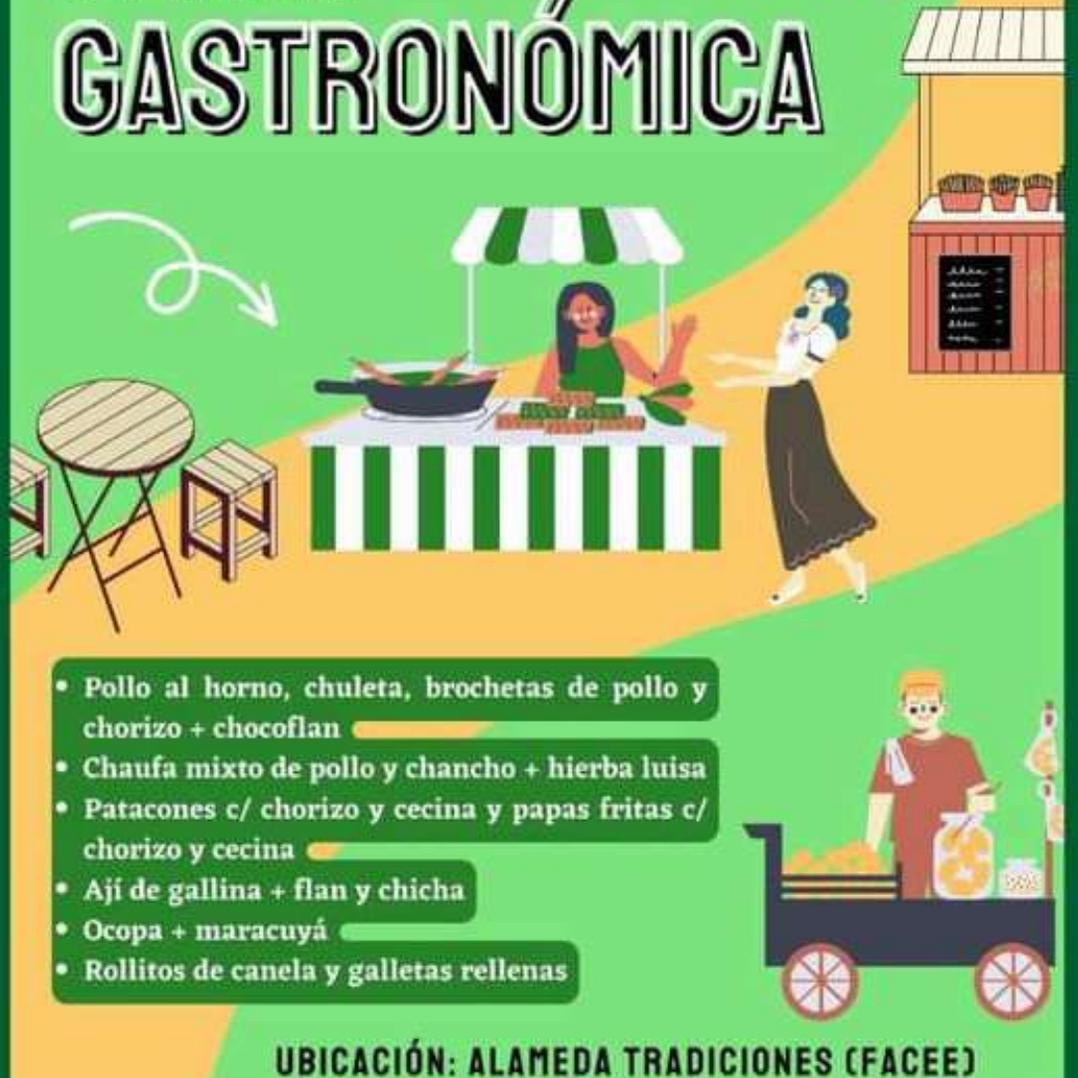


Al desarrollo de valiosas exposiciones realizadas por destacados investigadores durante los meses de septiembre y octubre, como las expuestas por el doctor Eduardo Dargent Chamot y el historiador gastronómico Rodolfo Tafur se sumó la desarrollada por el señor Edison Barranzuela, exitoso egresado de nuestra escuela profesional quién viene laborando en el Hotel Ritz de Miami, ocupando el cargo de chef de partie.

FACEE - ESCUELA DE TURISMO,
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

MIÉRCOLES
19 DE OCTUBRE
12 pm - 2pm

FERIA GASTRONÓMICA



- Pollo al horno, chuleta, brochetas de pollo y chorizo + chocoflan
- Chaufa mixto de pollo y chanco + hierba luisa
- Patacones c/ chorizo y cecina y papas fritas c/ chorizo y cecina
- Aji de gallina + flan y chicha
- Ocopa + maracuyá
- Rollitos de canela y galletas rellenas

UBICACIÓN: ALAMEDA TRADICIONES (FACEE)

INVITA A FAMILIARES Y AMIGOS **NO TE LO PIERDAS!**

La Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía participó activamente del programa de la Semana de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales 2022 luego de dos años en que no se realizara, motivado por la Covid-19, reeditando la FERIA GASTRONÓMICA "MISTURITA URP", creada desde hace varios años para desarrollar las habilidades adquiridas por los alumnos en las aulas taller y de esta manera hacer posible las presentaciones gastronómicas en diversas y especiales ocasiones a lo largo del calendario festivo dentro del año académico.



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA

19 oct. ⌚ 21 hrs.

PROVEEDORES QUE BRINDAN SOLUCIONES QUE GENERAN VALOR PARA HOTELES

SEMINARIO



EXPOSITOR:
JUAN MANUEL QUISPE SALGUERO
Jefe Comercial Y Marketing

TEMA: **HOTEL SMART**
Una Estancia inteligente para una experiencia brillante



EXPOSITOR:
PAUL CRISTÓBAL MIRANDA
Jefe de Marketing de Arauco Perú

TEMA: **VESTO en la Hotelería**
Beneficios y usos



EXPOSITORES:
MILY CABEZA Y LUPE PÉREZ
Representantes de Floor Solutions Perú SAC

TEMA: **PISO PERGO**
La mejor solución en la Hotelería



EXPOSITOR:
PAOLA GONZALES
Socia y fundadora

TEMA: **HELIOS**
La importancia de la iluminación en el sector hotelero



EXPOSITOR:
LUIS PAIS
Representante de Rattan

TEMA: **RATTAN**
El Rattan en el diseño hotelero



EXPOSITOR:
DIANA MIRANDA
Jefe de Marketing

TEMA: **HUNTER DOUGLAS**
Soluciones de cortinas para hotelería



VÁLIDO PARA EL RÉCORD DE CONFERENCIAS.
REGISTRO ÚNICO EN LA PLATAFORMA DE LA URP

Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la URP participó en el XXXI Congreso de la Confederación Panamericana de Escuelas de Turismo, Hotelería y Gastronomía-CONPETH



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



Magíster Carlos Villena Lescano, director de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía y alumnos integrantes de la delegación que participara en el XXXI Congreso de CONPETH.

En la ciudad ecuatoriana de Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad, se celebró este nuevo encuentro académico entre el 24 y 28 de octubre de 2022 en la hermosa Universidad del Asuay con la participación de 25 escuelas de todo el continente.

La agenda estuvo presidida por el concepto Patrimonio Natural y Cultural, tema que condujo a los expositores a analizar, profundizar y generar debate entre los asistentes, entre ellos, alumnos, profesores e investigadores de las distintas casas de estudios asistentes.

Distinguidos conferencistas mostraron resultados de las últimas pesquisas efectuadas en los recientes años sobre éxitos y limitaciones en el campo del desarrollo del patrimonio natural y cultural, grandes objetivos del Desarrollo Sostenible al 2030 proclamados por las Naciones Unidas.

Destacaron dos asuntos capitales para la academia. El primero de ellos, dos conferencias realmente magistrales que mostraron a la sala y a los asombrados estudiantes y maestros, el caso de las Islas Galápagos cuyas políticas, exigencias y reglamentaciones se cumplen para todos los operadores y visitantes. Hay bastante que aprender de ellos. La segunda conferencia espectacular fue la de un modelo de Turismo Comunitario ofrecido por Bolivia sobre un caso concreto de creación y desarrollo académico, la cooperación internacional y, los gobiernos locales de ese país.

El segundo asunto central fue el informe de gestión de la presidente de la organización, Mg. María del Carmen Morfín quien luego de 4 años de incansable y eficiente gestión, deja el cargo con la satisfacción del deber cumplido y con la frente en alto. Recibió aplausos de gratitud por la asamblea general.

En cuanto a la escuela de la URP, su delegación estuvo conformada por 11 alumnos del noveno y décimo ciclos. La actuación fue mostrar su experiencia en la investigación formativa con la edición de varios libros e investigaciones que se muestran en la página web de la EPTHG, la reciente edición de sus revistas entre las que destaca Caminos Estudiantiles, texto escrito con artículos exclusivamente redactados por alumnos y la reciente creación del Club de Investigación con miras a desarrollar proyectos en firme con el acompañamiento de sus profesores.

Nuestros alumnos participantes pudieron intercambiar experiencias e inquietudes de formación con sus pares de otras escuelas de América Latina con los que pudieron extraer valiosos balances y resultados.





UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada
internacionalmente por
IAC **ISO**
Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad

53 años
1969 - 2022

ENSEÑAMOS HACIENDO Y REFLEXIONAMOS PARA ACTUAR

CONVERSATORIO PRESENCIAL Y VIRTUAL

GESTIÓN DEL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN
DECAMERON EL PUEBLO RESORT & CONVENTION CENTER



Lic. Graciela Aliaga Herrera
Jefe de Servicio al Huésped

PUNTA SAL BEACH RESORT, SPA & CONVENTION CENTER
ROYAL DECAMERON - TUMBES, PERÚ



Mg. Johana Villanueva Malpica
Jefe de Recepción

EL PUEBLO RESORT & CONVENTION CENTER - LIMA
DECAMERON ALL INCLUSIVE HOTELS & RESORTS

PARTICIPACIÓN PRESENCIAL:

Auditorio Ricardo Palma
Av. Benavides Cdra. 5440
Santiago de Surco



REGÍSTRESE AQUÍ:
<https://bit.ly/3G4T9RA>

24 DE NOVIEMBRE 15:45 a 18:00

VÁLIDO PARA EL TRÁMITE DE EGRESO

Registro de reconocimiento de conferencias únicamente en la plataforma URP y con el 100% de escucha.

INFORMES: Melanie Alicia Troncos 996 590 327



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada
internacionalmente por
IAC **SA**
Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad

53 años
1969 - 2022

CONVERSATORIO PRESENCIAL Y VIRTUAL

GESTIÓN DEL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN
DECAMERON EL PUEBLO RESORT & CONVENTION CENTER

PROGRAMA **24 DE NOVIEMBRE**

HORA	PONENTES	PONENCIA
15:45 - 16:00		Registro de participantes
16:01 - 16:10	Mag. Carlos Villena Lescano Director Escuela Profesional de Turismo Hotelería y Gastronomía - URP	Inaguración del evento
16:11 - 16:40	Mag. Johana Villanueva Malpica Jefe de Recepción El Pueblo Resort & Convention Center - Lima Decameron All Inclusive Hotels & Resort	<ul style="list-style-type: none"> • Línea de tiempo del establecimiento • Perfil de la demanda • Retos del departamento de recepción en temporada alta • Desafíos del departamento de recepción en temporada baja
16:41 - 17:00		Rueda de preguntas
17:01 - 17:20	Lic. Graciela Aliaga Herrera Jefe de Servicios al Huésped Royal Decameron Punta Sal - Tumbes	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencias positivas y negativas en la atención al huésped
17:21 - 17:30		Rueda de preguntas
17:31 - 18:00	Lic. Carmen del Rocio Acuña Nava Docente Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía - URP	Clausura del evento

¡Apreciamos su participación!

EVENTO ACADÉMICO

En el semestre académico 2022-II, los estudiantes del curso taller Organización de Eventos, correspondiente al VI Ciclo de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía a cargo de la licenciada Carmen del Rocío Acuña Nava, han puesto en escena el conversatorio presencial y virtual:

Gestión del departamento de recepción: Decameron El Pueblo Resort Convention Center

En esta ocasión, los estudiantes se inclinaron por un tema de la hotelería, **Gestión del Departamento de Recepción** considerado como **el eje o corazón del establecimiento hotelero** por las múltiples funciones que tiene que coordinar con las diferentes áreas para atender las necesidades del huésped o turista de manera eficiente, antes y durante su estadía.

Como es de público conocimiento, los hoteles & resorts presentan diferentes flujos de consumidores a lo largo del año. Estos flujos conocidos como temporadas altas y bajas deben ser gestionadas de la manera más idónea, satisfaciendo las expectativas del huésped, sin descuidar los estándares de calidad de servicio y la rentabilidad que debe generar el establecimiento hotelero, todo un reto para el personal que está en el Departamento de Recepción.

En ese sentido, para abordar el tema anteriormente indicado se invitó a la magíster Johana Villanueva Malpica, jefe del Departamento de Recepción de El Pueblo, Resort & Convention Center y a la licenciada Graciela Aliaga Herrera, jefe del Área de Servicio al Huésped, en Punta Sal Beach Resort, Spa & Convention Center Royal Decameron -Tumbes, Perú, profesionales con amplia experiencia laboral en la cadena hotelera Decameron All Inclusive Hotels & Resorts.

Objetivo general:

Dar a conocer cómo se gestiona el Departamento de Recepción en El Pueblo, Resort & Convention Center-Lima, establecimiento que pertenece a la cadena hotelera Decameron All Inclusive Hotels & Resorts.

Conversatorio orientado a contribuir en el fortalecimiento de la formación profesional, especialmente en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía.

Objetivo específico:

Poner en práctica los conocimientos teóricos del proceso administrativo de reuniones, adquiridos en el curso taller Organización de Eventos, obteniendo como producto final la puesta en escena del presente conversatorio.

Ponentes:

- Mag. Johana Villanueva Malpica
Jefe de Recepción
El Pueblo, Resort & Convention Center - Lima
Decameron All Inclusive Hotels & Resorts
- Lic. Graciela Aliaga Herrera
Jefe de Servicio al Huésped
Punta Sal Beach Resort, Spa & Con-

vention Center
Royal Decameron – Tumbes, Perú

Ejes temáticos:

Mg. Johana Villanueva:

- Línea de tiempo del establecimiento hotelero
- Perfil de la demanda
- Retos del departamento de recepción en temporada alta
- Desafíos del departamento de recepción en temporada baja

Lic. Aliaga:

- Experiencias positivas y negativas en atención al huésped

Comisión organizadora del evento:

Docente: Lic. Carmen del Rocío Acuña Nava

- Melanie Alicia Troncos (Coordinadora general)

- María José del Rosario Camayo (Maestra de ceremonia)
- Jonattan Acosta
- Dayanna Zarela Garaundo
- María Desirré Hualpa
- Keyla Noelia Mendocilla
- Karolay Almendra Muñoz
- Gamille Hade de Guadalupe Ode
- María Nicole Orbe
- Nicolás Alonso Piérola
- José Renato Corrales
- Henry Raúl Rojas
- César Fabrizio Santiago

Posdata: La grabación del evento lo puede visualizar en la página web de la EPTHG.





**UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA**
Escuela de Turismo, Hotelería y
Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



Lograr la igualdad
entre los géneros y
empoderar a todas
las mujeres y las niñas

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

Dentro del marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, invitamos a los alumnos de la EPTHG, en especial a los del 1er ciclo de Fundamentos del Turismo a participar de la estación Preguntas y Respuestas a cargo de la doctora Margarita Porles de la Facultad de Medicina de la URP, especialista en adolescentes y jóvenes.



LA AGENDA ES

- ✓ LA EDUCACIÓN SEXUAL EN LAS ZONAS VULNERABLES DEL PERÚ
- ✓ EL ABORTO
- ✓ EL DERECHO DE LA MUJER A DECIDIR SOBRE SU CUERPO

Prepara tu pregunta. La doctora te responderá directamente en nuestra reunión presencial

VIERNES
DIA

NOVIEMBRE
25

9:30 am.
HORAS

AULA
GASTRONÓMICA DEL PATIO

Ingreso libre



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía
Acreditada internacionalmente por IAC-CINDE

53 años
1969 - 2022

Taller Vivencial!
TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
CANDIDATOS A LA EPTHG EN VISITA AL TALLER VIVE TU PROFESIÓN POR UN DÍA





UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada
internacionalmente por
IAC 
Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad

53 años
1969 - 2022

CLUB DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

En su taller de trabajo, alumnos del Club de Investigación iniciando el proyecto Competitividad del Turismo Regional del Perú el cual empieza con la región Ica. Luego vendrán las otras regiones. El club está abierto a los que tienen vocación en la búsqueda de nuevos conocimientos incluidos los nuevos ingresantes.



El Club de Investigación es una comunidad de aprendizaje constituida por estudiantes y docentes de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía, con el propósito fundamental de fomentar la cultura de la investigación en las áreas de conocimiento de la especialidad, afines a la carrera profesional, para realizar investigaciones que sean difundidas en la comunidad universitaria; desarrollar proyectos de investigación que fortalezcan la capacidad investigadora de los estudiantes, fomentar la publicación de sus trabajos en la revista Caminos, órgano informativo de la EPTHG y el revista Caminos Estudiantiles, así como fomentar la interacción entre estudiantes, investigadores y docentes que enriquezcan su formación académica.

Sus integrantes emprenden investigaciones bajo la supervisión y asesoría de docentes e investigadores y les cabe la posibilidad de profundizar en temas de interés que tengan relación con las líneas de investigación de la carrera profesional, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos, abordando la problemática actual que les permitan plantear soluciones de casos reales.

La Misión del Club de Investigación se orienta a contribuir a la formación de nuevos investigadores capaces de elaborar y desarrollar procesos a nivel local, distrital, provincial y regional y la Visión a promover la publicación de las investigaciones en revistas indexadas de reconocimiento nacional e internacional.

Las ventajas que ofrece el Club de Investigación a sus integrantes se orientan a acceder a diversa información especializada requerida por el investigador para el desarrollo de sus pesquisas: talleres de metodología, redacción, investigación y lecturas seleccionadas para la ubicación de problemas y posibles soluciones, así como acceder a capacitación especializada para la elaboración de artículos de revisión sistemática e inédita.

De otro lado, a todos los estudiantes que participen en el Club de Investigación se les otorgará un certificado de participación con la cantidad de horas de prácticas desarrolladas, las que serán validadas como prácticas preprofesionales. A quienes presenten un producto final de investigación serán acreedores a la validación de 5 conferencias que contribuirán al cumplimiento de las exigencias en el trámite de egreso.

En los actuales momentos los integrantes del Club de Investigación se aprestan a dar inicio al proyecto Competitividad del Turismo en el Perú, el mismo que se iniciará con la región Ica.





UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA


**Feliz
Navidad**

**Para toda la comunidad de la URP y del turismo
peruano, que el 2023 sea el año de la
reconstrucción y reactivación de nuestro sector**

NOTICIAS DESTACADAS

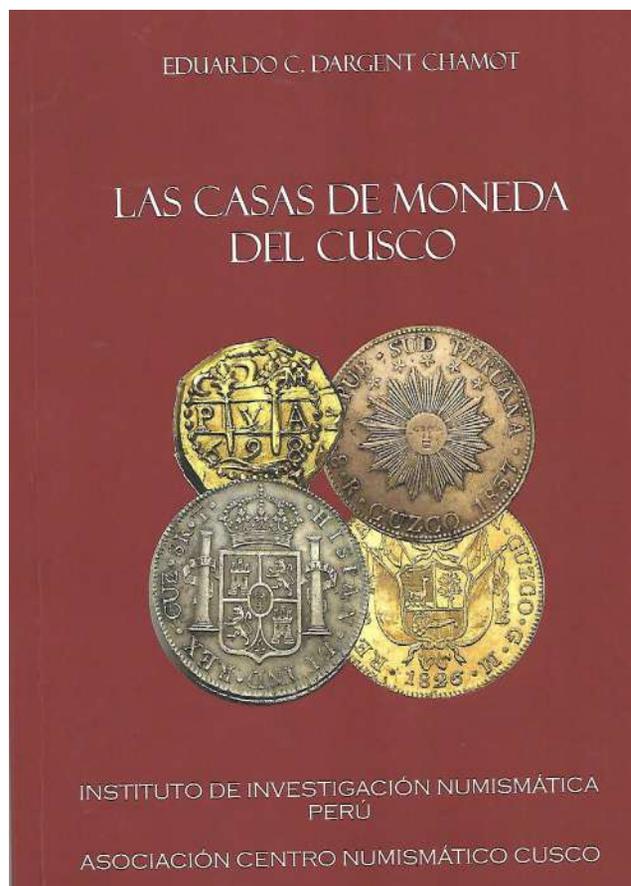
Las casas de moneda del Cusco



El día 17 de setiembre pasado se presentó en la Casa de la Cultura del Cusco el libro “Las casas de moneda del Cusco” durante la Expo Seminario Cusco 2022. El libro, escrito por el profesor Eduardo Dargent de nuestra casa de estudios hace un recorrido por las tres casas de moneda que funcionaron en el Cusco durante su historia. Esta obra ha sido publicada por la “Asociación Centro Numismático del Cusco” y el “Instituto de Investigación Numismática”.

La primera casa funcionó brevemente a finales del siglo XVII cuando el rey Carlos II autorizó el establecimiento de una ceca para producir solamente monedas de oro y cuyo edificio, construido entre la iglesia de La Merced y la plaza del regocijo, se conoce gracias a una fotografía del gran fotógrafo cusqueño Martín Chambi.

El cabildo del Cusco había pedido autorización para acuñar oro y plata y terminar con la constante escases de moneda menuda que había en el virreinato, especialmente fuera de Lima y sus alrededores, pero el soberano solo autorizó la producción de monedas de



oro por lo que la fábrica no resultó práctica y a los pocos meses de operar cerró sus puertas.

Más suerte tuvo la segunda Casa de Moneda, establecida en el convento y hospital de San Juan de Dios con el material y personal llevado desde Lima cuando los españoles tuvieron que abandonar la capital por segunda vez en junio de 1823 luego de un mes de ocupación por la captura de la ciudad por las fuerzas libertadoras. Tras las reparaciones y adecuaciones necesarias se comenzó a acuñar oro y plata en el Cusco a inicios de 1824 y se continuó la labor hasta que, el 16 de diciembre, llegaron las noticias del triunfo de Ayacucho

ocurrido una semana antes y las autoridades españolas entregaron el poder a los miembros del cabildo de la ciudad.

El 25 de diciembre, dos semanas después del triunfo patriota, entró a la capital imperial el general Agustín Gamarra como prefecto de la ciudad y tomó posesión de la fábrica de moneda.

Durante todo 1825, el Cusco siguió acuñando con los troqueles españoles que incluían el retrato del rey y la fecha 1824 porque, ante la demora del arribo de los cuños republicanos con el escudo del Perú, se prefirió mantener la fecha anterior. Es a partir de 1826 que se verán reflejados los símbolos de la patria: la libertad de pie en el reverso y el escudo nacional al anverso.

Un hito importante de la amonedación cusqueña fue cuando se incorporaron en sus monedas los símbolos de la confederación peruano boliviana de 1836 a 1839. Fue en esta época en la que se produjeron las monedas más bellas de ésta ceca y para muchos las de toda la historia monetaria del país. Cusco, como capital del Estado Sud Peruano, incorporó en el cuño los símbolos de sus provincias, el volcán Misti de Arequipa, un navío navegando en el lago Titicaca por Puno y el templo Inca coronado por la mascaipacha representando al Cusco.

Terminada la confederación, tras la batalla de Yungay el 20 de enero de 1839, el Cusco siguió acuñando con los símbolos de los tres reinos de la naturaleza y la libertad de pie. El fin de esta

ceca llegó en el año 1846 en que se acuñaron las últimas piezas.

Fue durante esta época en la que también se produjeron algunas medallas muy bien logradas, como la entregada a Bolívar durante su visita al Cusco en julio y agosto de 1826 y a la que el patrono de nuestra universidad, don Ricardo Palma dedica varias líneas en su tradición “Bolívar y el cronista Calancha”, o la que se acuñó celebrando la batalla de Yungay en la que destacan los soldados a pie y caballo y el cerro desde el cual un ángel toca la trompeta del triunfo.

La tercera y última casa de moneda se estableció en el Cusco por la emergencia que venía sufriendo todo el país por la falta de moneda menuda tras la guerra con Chile. Aunque el mariscal Andrés Avelino Cáceres autorizó el establecimiento de una ceca de emergencia en 1884 fue recién en el año siguiente cuando el joyero francés Jean Marcés, que había trabajado en la ceca de París fue autorizado a producir monedas en el Cusco. En 1885 solo se produjeron monedas de ½ dinero, es decir de 5 centavos de sol y estas al parecer se hicieron en una propiedad de Marcés en la calle Tandapata, pero al año siguiente la fábrica se trasladó a la Casa Silva, local que aún existe, donde se acuñaron solo piezas de un dinero o 10 centavos. El 20 de agosto de 1886, sin dar ninguna explicación, el prefecto del Cusco ordenó la clausura de la ceca con lo que terminó la historia de las acuñaciones de la capital de los Inca.



Programa
del seminario

**Líneas de trabajo para la
Cátedra Universitaria Iberoamericana
Patrimonio, Rutas e Itinerarios Culturales**

del lunes 23 al viernes 27 de enero de 2023
de 10:00 a 14:00 horas

Duración: 40 h

Horas de Intervención Docente: 20 h
Horas de Trabajo Independiente: 20 h

Total de Créditos: 2.25 créditos

En línea

Programa del seminario

Líneas de trabajo para la *Cátedra Universitaria Iberoamericana* *Patrimonio, Rutas e Itinerarios Culturales*

El Eje de Formación Patrimonio Histórico y Cultural, de la Maestría y Doctorado en Historia, de la Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”, comparte que en la Escuela Internacional de Invierno UAZ – SPAUAZ de nuestra casa de estudios, del 23 al 27 de enero de 2023, realizará el seminario *Líneas de trabajo para la Cátedra Universitaria Iberoamericana Patrimonio, Rutas e Itinerarios Culturales*, en modalidad virtual.

Las sesiones en línea serán de 10:00 a 14:00 h del centro de México, con un total de 20 h, de acuerdo con el programa, y el trabajo independiente (fuera del aula digital) será de 20 h, de lecturas y actividades complementarias. La constancia de ambas actividades equivale a 2.25 créditos, avalados por la Secretaría Académica de la Universidad Autónoma de Zacatecas.

El **objetivo** del seminario es analizar el patrimonio cultural a través de rutas e itinerarios en Iberoamérica, para plantear conceptos, metodologías y propuestas frente a los retos y oportunidades siguientes:

- a) Cooperación internacional para el logro de los ODS, desde el patrimonio
- b) Formación de capacidades para la protección de los bienes culturales, tangibles e intangibles, a través del uso sostenible de las diferentes tipologías patrimoniales
- c) Análisis y plan de trabajo 2023 de la propuesta de Cátedra y la red universitarias

Los participantes adquirirán la siguiente **competencia**:

Identificarán el papel integral del patrimonio en/de las rutas e itinerarios culturales y su uso sostenible, para promover pautas de desarrollo en los contextos local, estatal, nacional e internacional.

A partir del **19 de diciembre**, podrán consultar un repositorio digital, para apoyo del trabajo independiente de cada participante del seminario, en el siguiente enlace:

<https://cooperacionuaz-oei.uaz.edu.mx/>

Extendemos una cordial invitación a los docentes de la UAZ interesados en participar, a registrarse en la página web <https://escuelaverano.uaz.edu.mx/>

Quienes son integrantes de otras universidades, organismos y gestores, pueden hacerlo en el siguiente enlace: <https://forms.gle/jaSGpZ3FbXWLNyFS9>

En virtud de la demanda de aspirantes, se ampliará el número de plazas en la plataforma y se difundirá en tiempo real el seminario por medio de:

Facebook: <https://www.facebook.com/CooperacionUAZ.OEI>

YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCb0J-jc7kzwdxmd3QgR97_A

Para mayor información, comunicarse al correo electrónico: jfroman@uaz.edu.mx

23 de enero de 2023

Coordinación: Dr. José Francisco Román Gutiérrez, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”

10:00 h (hora del centro de México)	1. Bienvenida y presentación <ul style="list-style-type: none">• Mensajes de bienvenida• Inauguración• Presentación del contenido del seminario
10:30 h a 11:15 h	2. Conferencia inaugural <p><i>El valor de las Rutas e Itinerarios Culturales en el presente</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Dr. Jordi Tresserras Juan, Universitat de Barcelona; Presidente de ICOMOS España; Director de Ibertur; Profesor Invitado Honorario del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”
11:15 h a 11:45 h	3. Interacción <p>Diálogo entre el conferencista y participantes</p>
11:45 h a 12:00 h	4. Receso
12:00 h a 13:30 h	5. Mesa redonda <p><i>El patrimonio cultural y su papel en el desarrollo</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Dra. Katti Osorio Ugarte, Presidente de ICOMOS de Panamá; Profesora Invitada Honoraria del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”• Dr. Alberto Martorell Carreño, Universidad Antonio de Ruiz Montoya, Perú; Director de <i>Factor Cultura, Plataforma Internacional de Formación Online</i>; Profesor Invitado Honorario del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”• Dr. José de la Cruz Pacheco Rojas, Instituto de Investigaciones Históricas de la Universidad Juárez del Estado de Durango, México; Profesor Invitado Honorario del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”
13:30 h a 14:00 h	6. Conclusiones <p>Dinámica grupal</p>
14:00 h	7. Fin de la sesión

24 de enero de 2023

Coordinación: Mtra. Zazanda Salcedo Gutierrez. Universidad Mayor de San Andrés, Observatorio del Patrimonio Cultural Arqueológico

<p>10:00 h (hora del centro de México)</p>	<p>1. Conferencia temática</p> <p><i>Entre Europa, Canarias y América: la trashumancia como patrimonio común</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dr. José Juan Cano Delgado, Codirector "Cátedra cultural La Laguna Patrimonio Mundial"; Presidente del Colegio de Geógrafos de Canarias (Delegación Territorial); miembro de ICOMOS-España; Profesor de Turismo de la EUTUR y profesor-tutor de la UNED; Profesor Invitado Honorario del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas "Francisco García Salinas"
<p>10:45 h a 11:15 h</p>	<p>2. Interacción</p> <p>Diálogo entre el conferencista y los participantes</p>
<p>11:15 h a 11:30 h</p>	<p>3. Receso</p>
<p>11:30 h a 13:00 h</p>	<p>4. Mesa redonda</p> <p><i>Las experiencias de la Trashumancia en Zacatecas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ing. Fito-Zootecnista Gilberto Pérez Palacios, Profesor Investigador Jubilado de la Universidad Autónoma de Zacatecas "Francisco García Salinas"; Responsable de la Coordinación para el Desarrollo del Semidesierto (1992-1998) del Estado de Zacatecas; Director del rancho experimental <i>La Jocola</i>, Pánuco, Zacatecas • M. en C. Raúl Guerrero Acosta, Director de la Unidad Académica de Agronomía, Universidad Autónoma de Zacatecas "Francisco García Salinas" • Dr. José Manuel Silva Ramos, Director de la Unidad Académica de Medicina Veterinaria y Zootecnia, Universidad Autónoma de Zacatecas "Francisco García Salinas"
<p>13:00 h a 13:45 h</p>	<p>5. Interacción</p> <p><i>Experiencias y referencias de la trashumancia en otras regiones</i> Diálogo entre los participantes</p>
<p>13:45 h a 14:00 h</p>	<p>6. Conclusiones</p> <p>Dinámica grupal</p>
<p>14:00 h</p>	<p>7. Fin de la sesión</p>

25 de enero de 2023

Coordinación: Representación en México de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

10:00 h (hora del centro de México)	1. Conferencia temática <i>El Patrimonio y el Turismo Cultural</i> <ul style="list-style-type: none">Arq. Alfredo Conti, Universidad Nacional de La Plata, Argentina; consultor de la UNESCO; Profesor Invitado Honorario del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”
10:45 h a 11:15 h	2. Interacción Diálogo entre el conferencista y los participantes
11:15 h a 11:30 h	3. Receso
11:30 h a 12:15 h	4. Conferencia temática <i>Los Paisajes Culturales: entre lo cotidiano y lo estratégico</i> <ul style="list-style-type: none">Dra. Isabel Rigol Savio, integrante de ICOMOS Cuba; consultora de la UNESCO; Profesora Invitada Honoraria del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”
12:15 h a 12:45 h	5. Interacción Diálogo entre la conferencista y los participantes
12:45 h a 14:00 h	6. Mesa de análisis y propuestas <i>Experiencias y referencias de los paisajes culturales en Iberoamérica</i> Diálogo entre los participantes
14:00 h	7. Fin de la sesión

26 de enero de 2023

Coordinación: Arq. Annabel Hiraldo, Universidad Central del Este, República Dominicana

<p>10:00 a 10:45 h (hora del centro de México)</p>	<p>1. Conferencia temática</p>
<p><i>Los caminos del patrimonio tangible e intangible: imágenes de la cultura</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Maestro Adalberto Ríos Szalay, creador del proyecto de rescate audiovisual <i>3 Ríos</i>; Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México; Profesor Invitado Honorario del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas” 	
<p>10:45 h a 11:15 h</p>	<p>2. Interacción</p>
<p>Diálogo entre el conferencista y los participantes</p>	
<p>11:15 h a 11:30 h</p>	<p>3. Receso</p>
<p>11:30 h a 12:15 h</p>	<p>4. Conferencia temática</p>
<p><i>EN-RED-ARTE: Rutas e itinerarios culturales a través de los museos en Iberoamérica</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dra. Manuela García Lirio, Universidad de Granada, con estancia posdoctoral en la Universidad de Málaga, España; Profesora Invitada Honoraria del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas” 	
<p>12:15 h a 12:45 h</p>	<p>5. Interacción</p>
<p>Diálogo entre la conferencista y los participantes</p>	
<p>12:45 h a 14:00 h</p>	<p>6. Mesa de análisis y propuestas</p>
<p><i>Huellas y trazos del Patrimonio Cultural Intangible</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dra. Leticia Ivonne del Río Hernández, Docente del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas” • Dr. Miguel Felipe de Jesús Vallebuena Garcinava, Director del Instituto de Investigaciones Históricas de la Universidad Juárez del Estado de Durango, México; Profesor Invitado Honorario del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas” • Maestra Rocío Pérez Escobedo, Docente Investigadora de la Unidad Académica de Agronomía de la Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas” • Dr. Eduardo Dargent Chamot, investigador y docente de la Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú, Presidente del Instituto de investigación Numismática 	
<p>14:00 h</p>	<p>7. Fin de la sesión</p>

27 de enero de 2023

Coordinación: Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)

10:00 h (hora del centro de México)	1. Conferencia temática <i>Los retos globales y las alternativas de Mondiacult 2022</i> Sr. Frédéric Vacheron Oriol, Representante de UNESCO y Director de la Oficina de México; Profesor Invitado Honorario del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”
10:45 h a 11:15 h	2. Interacción Diálogo entre el conferencista y los participantes
11:15 h a 11:30 h	3. Receso
11:30 h a 13:00 h	4. Mesa temática <i>La educación superior y sus aportaciones al patrimonio</i> <ul style="list-style-type: none">• Dra. Marina del Sagrario Mantilla Trolle, Jefa del Departamento de Ciencias Sociales, Disciplinas Filosóficas, Metodológicas e Instrumentales, Centro Universitario Tonalá, Universidad de Guadalajara, México; Profesora Invitada Honoraria del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”• Dra. Carmen Morales García, Decana de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Fernando Pessoa Canarias, España; Profesora Invitada Honoraria del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”• Dr. Luis Carlos Quiñones Hernández, Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Juárez del Estado de Durango; Profesor Invitado Honorario del Eje de Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”
13:00 h a 13:45 h	5. Mesa de conclusiones <i>Una propuesta para la cooperación iberoamericana: Patrimonio y sostenibilidad</i> <ul style="list-style-type: none">• Mtra. Natalia Armijos Directora General de Cultura de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)• Dr. José Francisco Román Gutiérrez, integrante del eje de formación Patrimonio Histórico y Cultural, Maestría y Doctorado en Historia, Universidad Autónoma de Zacatecas “Francisco García Salinas”
13:45 h a 14:00 h	6. Clausura Facilitadores, participantes y coordinadores.
14:00 h	7. Fin del seminario

INSTITUCIONES Y ORGANISMOS COADYUVANTES





GOBIERNO DE
MÉXICO

TURISMO
SECRETARÍA DE TURISMO



SOMOS
ANTE PASADOS
DESARROLLO
CULTURAL



La Secretaría de Turismo del Gobierno de México, a través de la Dirección General de Profesionalización y Competitividad Turística, La Secretaría de Turismo del Gobierno de Zacatecas y la Universidad Autónoma de Zacatecas

Otorgan el presente

RECONOCIMIENTO

Al

Dr. Eduardo Carlos Dargent Chamot

Autor del Libro

Olivos y olivas en la historia del Perú



CONGRESO DE
INVESTIGACIÓN
APLICADA AL
TURISMO
2022

Zacatecas, Zacatecas del 31 de agosto al 02 de septiembre, 2022

Mtro. Ramón Enrique Martínez Gasca
Director General de Profesionalización
y Competitividad Turística

Lic. Le Roy Barragán Ocampo
Secretario de Turismo del Gobierno
del Estado de Zacatecas

Dra. Elizabeth Flores Olague
Directora de la Unidad Académica
de Historia en la Universidad
Autónoma de Zacatecas



Uvas y olivas: Patrimonio del Perú y rutas turísticas ■■

Dr. Eduardo Dargent Chamot - Universidad Ricardo Palma. Lima, Perú



Durante los siglos virreinales el Perú, por su posición geográfica, tenía poco que exportar a no ser los metales preciosos, productos por lo que era famoso desde el momento mismo de la invasión española. Bien dice James Lockhard en “The men of Cajamarca” que el tesoro de Atahualpa fue de un millón y medio de pesos, “más allá de cualquier cosa vista o soñada en las indias hasta esa fecha”, y que hasta los soldados de a pie amasaron fortunas mayores que las obtenidas por los capitanes en México, Guatemala o Nicaragua. (Lockhard. 1972: 13) Visto eso es necesario decir que el comercio de los metales



preciosos estaba completamente controlado por la corona, y que, aunque abundaba el contrabando, quedaba poco margen de maniobra económica al resto de la población no involucrada en la minería y su comercio.

Por eso es que es importante profundizar en el tema agrícola, y si el intercambio de azúcar por trigo con Chile fue importante a nivel local por la aplicación simple de lo que sería el primer capítulo del libro de Paul Samuelson que veíamos en el colegio, fueron dos frutos europeos, la vid y la oliva los que permitieron desarrollar una economía interna y de exportación que sostuvo y levantó a la población de la costa sur del Perú.

Sibien la uva y el olivo se sembró en muchas partes del virreinato peruano, donde se asentaron estos dos cultivos con más éxito fue en la costa sur desde Lima hasta la frontera meridional, región que ha mantenido su preminencia en esos productos hasta el día de hoy.

La uva llegó al Perú gracias al conquistador Hernando de Montenegro. Garcilaso de la Vega, el Inca, y el jesuita Cobo dan varios orígenes a las primeras uvas criadas en el país y lo más probable es que fueron Listan negro traídas de Canarias, pero ya está claro, gracias al investigador Guillermo Toro Lira, que las primeras fueron sembradas en Lima por uno de sus primeros moradores, Hernando de Montenegro, hacia el año 1539. Muy poco después estaba la vid presente en todos los valles de la costa y de eso da fe el cronista Pedro Cieza de León desde que entra a territorio peruano en 1547 acompañando al Pacificador Pedro de La Gasca para terminar con la rebelión de los Pizarro.

Afirma el historiador chileno José Pozo en su "Historia del vino chileno" que la uva se difundió desde "el oasis de Ica" a Chile y Argentina, países que se han convertido con el tiempo en productores de los mejores vinos del continente. (Pozo 1998:28)

Las tierras de la costa sur del Perú resultaron ideales para el cultivo de la vid y del olivo. Los ríos jóvenes que se precipitan desde las alturas de los Andes, que muchas veces superan los

5000 metros de altitud, hasta encontrar el mar en 200 kilómetros o poco más de recorrido, fueron transformados, gracias a la genialidad de la ingeniería hidráulica de los antiguos peruanos, en fértiles valles ideales para su cultivo.

Debe tomarse en cuenta que la costa peruana está fuera de los paralelos considerados vineros en el mundo, pero que gracias a las condiciones geográficas en las que se encuentra, se ha producido este fenómeno tan especial.

Son dos las serpientes - "amarus" dirían nuestros antepasados incas- que corren paralelas y permiten que se produzca este prodigio. De un lado la cordillera de los Andes con sus alturas mencionadas y su cercanía a la costa, producto del avance de las placas tectónicas, y la corriente fría de Humboldt que desde la proximidad de la Antártida avanza hacia el norte pegada al continente hasta que, poco antes de llegar al Ecuador, se desvía hacia el oeste por el efecto de Coriolis para calentarse en la polinesia y regresar al sur.

Esta conjunción de la corriente fría y altas montañas son las causantes de que la costa del Perú sea un desierto atravesado por esas torrenteras que los pueblos primigenios fueron transformando en valles fértiles irrigados por canales de distintos calibres que encontraron los europeos al llegar, y supieron aprovechar para establecer en ellos plantíos de los vegetales introducidos al que llamaron "Nuevo Mundo".

Para el caso de la uva y el vino, además, esta conjunción de valles profundos rodeados de desiertos muy calientes en el día y cuyo intenso frío nocturno se introduce en los valles, hace que los viñedos reciban la diferenciación térmica necesaria para estresar a las uvas y producir vinos de calidad.

Las condiciones descritas hacen, además que la humedad del mar se estanque contra la cordillera no precipitándose en forma de lluvia por lo que el agua que reciben los sembríos es siempre de regadío lo cual permite controlar el aforo de acuerdo a las necesidades del producto y del productor.

En el caso del olivo, su arribo al Perú fue un par de décadas más tarde que la uva, en 1560, gracias a don Antonio de Rivera, uno de los primeros alcaldes de Lima. De los muchos plántones de olivo que embarcó Rivera solo llegaron vivos tres, uno de los cuales fue robado, pero a los tres años, tras amenazas de excomunión, fue repuesto acompañado de una gorda bolsa de monedas para lograr el perdón del propietario y evitar los fuegos eternos del infierno.

Si al estudio de la vid y sus productos en el Perú, se le ha prestado más atención que al olivo, no se debe olvidar que Bernabé Cobo, el cronista jesuita mencionado, ya dice, en su obra de inicios del siglo XVII, que “en el Perú, después de la vid viene el olivo”.

Lo más interesante, regresando a la propuesta del inicio de estas palabras es que ambas plantas permitieron el desarrollo de un nutrido comercio que llegaba por el Sur a Chile y Argentina y por el norte hasta la Nueva España.

Cuando comenzó a desarrollarse la industria del vino en el XVI y al cambio de siglo la del aguardiente llamado pisco por su lugar de origen, el puerto de Pisco en Ica, también se produjo, aunque un poco más tarde el aceite de oliva. Esta demora en producir aceite, aunque había aceitunas desde poco después de mediados del siglo anterior, fue, a decir de los cronistas, porque los peruanos prefieren el fruto del olivo a su aceite, lo cual es cierto hasta hoy.

Estos productos, vino, aguardiente y aceite, a pesar de las restricciones impuestas por la corona en defensa de sus productores peninsulares, pudieron moverse por la costa del Pacífico con cierta licencia o impunidad que yo quiero creer que fue básicamente por sentido común ya que las autoridades locales sabían que esa era la sangre que movía la economía de la región exenta de minas.

El cronista y naturalista jesuita, Joseph de Acosta en su "Historia Natural y Moral de las Indias" asegura que fue en el Perú donde se produjo el primer vino de América. Tras varias décadas recorriendo de un extremo a otro el país y anotando la existencia de sus plantas y

animales locales e importados, se trasladó a la Nueva España en 1586 para estudiar su flora y fauna como había hecho con la peruana y permaneció allá un año al cabo del cual regresó a España y publicó su “Historia Natural y moral de las Indias” en 1590. Sobre el vino dice Acosta:

En una cosa empero le hace gran ventaja el Perú que es el vino porque en el Perú se da mucho y bueno y cada día va creciendo la labor de viñas que se dan en valles muy calientes, donde hay regadío de acequias. En la Nueva España, aunque hay uvas, no llega a aquella sazón que se requiere para hacer vino; la causa es llover allá en julio y agosto que es cuando la uva madura y así no llega a madurar lo que es menester. (Acosta 1954:82)

Considero sin embargo que habiendo habido uvas en México desde antes que en el Perú, se debe haber producido vino, pero sumado a los problemas climáticos mencionados por Acosta debe haber estado la imposición férrea de las prohibiciones monopólicas, y su mayor cercanía a Europa, lo que no dejó prosperar a la industria.

En las primeras décadas el siglo XVII el comercio entre virreinato del Perú y el de la Nueva España era abundante puesto que de allá se traían telas y otros productos de la China llegados a Acapulco en el galeón de Manila, pero además venía del norte la brea que servía para calafatear los barcos y embrear las botijas de aguardiente entre otras cosas y el añil para la incipiente industria pañera.

El comercio del vino peruano

El vino peruano se comerciaba en el virreinato y fuera de él. La producción llegaba al Callao por mar y de allí era enviada al interior en recuas de mulas y llamas. Otras recuas salían de los valles sureños hacia las alturas. Las más importantes salían de los valles de Arequipa, Moquegua y Tacna para remontar los Andes, a ciudades como el Cusco o a los centros mineros de Potosí y Oruro.

En cuanto se comenzó a producir vino en cantidad suficiente, se inició un nutrido tráfico a todo lo largo del litoral, que rápidamente se

fue abriendo camino por todas las posesiones españolas del continente, en especial las de la costa del Pacífico. La operación de este negocio no estaba circunscrita, como se podría pensar, a españoles. pues antes de la llegada al Perú del virrey Francisco de Toledo en 1570, hubo dos curacas indígenas, Diego Caqui y Juan Lanasca, que cultivaban viñas, producían vinos, tenían depósitos en el Callao y además cada uno tenía tres galeones con los que exportaban su vino a Panamá.

El fraile Benito de Peñalosa y Mondragón, quien culpa en 1629 de todos los males de las Indias a las viñas del Perú, ha dejado interesantes itinerarios del trajín del vino, tanto por tierra como por mar. Dice, para comenzar:

Como hay tanto vino, todo es buscar trazas para expendirlo por mar y tierra, y en muchos bajeles lo llevan por las costas del Mar del Sur a Panamá, Nicaragua, Guatemala, Realejo y otros puertos hasta Acapulco y puertas de México; y de los sobredichos puertos los llevan a tierra adentro hasta los del Mar del Norte.

Según Peñalosa, la forma de cruzar el istmo desde el Pacífico al Mar del Norte consistía en ir desde la ciudad de Panamá hasta el río Chagres y de allí atravesar las seis leguas que lo separan de Portobelo. Indica también que se puede usar la laguna de Granada, actual lago Nicaragua, hasta los puertos del Caribe. También describe la utilización del río Magdalena lo cual da a entender que desde tiempos muy tempranos existía un comercio de vinos peruanos que llegaba a Santa Fe de Bogotá.

La principal mercadería de retorno era el vino, sin el cual, comenta el doctor Guillermo Lohmann, «no había fletes bastantes para cubrir los gastos de la travesía a México». Para los intercambios con Oriente, los mercaderes peruanos llevaban oro y plata, de los cuales la plata terminada casi íntegramente en China y alrededores. Esta pérdida de los metales preciosos molestaba a las autoridades, no solo porque fomentaba el contrabando, sino porque, al menos eso alegaban, las riquezas pasasen a manos

de herejes. Argumento hipócrita, pues los europeos compraban todos sus productos orientales, muy de moda entonces, con los metales que obtenían en América.

Al terminar el siglo XVI, todo el sistema estaba organizado para desincentivar el comercio y desarrollo del Perú. Por una cédula real dada en 1606 quedó prohibida la exportación de vino peruano a Nueva España. Además, quedó prohibido el transporte de plata, fuese en barras o amonedada. Por otra parte, se aclaró que no se podían importar al Perú las sedas y demás productos de China. La maniobra estaba destinada a que el virreinato solo se pudiese proveer de esos productos a través del monopolio que ejercía la metrópoli.

A lo largo del siglo XVII hubo una pugna entre la regulación, la prohibición y el contrabando. La real cédula del 28 de marzo de 1620 autorizaba solo dos navíos de 200 toneladas al año y un total de doscientos mil ducados. Quedaba prohibido adquirir productos de la tierra en la Nueva España, no así el comercio de productos provenientes de China.

Sin embargo, siempre hubo alguna forma de engañar a las autoridades, generalmente coludiéndose con las mismas personas encargadas de evitarlo y así continuar con el tráfico, que era indispensable para el buen funcionamiento de la economía local en ambas puntas del camino. El doctor Guillermo Lohmann Villena, a quien se ha venido siguiendo en este tema, indica:

«posteriormente se había tenido noticia de la salida anualmente de dos o tres navíos cargados de vino y aceite y otros artículos con rumbo a Sonsonate y el puerto de Ajacutla (Guatemala), de donde, pese a la prohibición, eran introducidos como vinagre, pretextando que debía haber abundancia de ellos en compensación a la tardanza con que se remitían desde España.»

En 1667, preocupada por la reducción de los derechos no cobrados y por la notoria reducción en el comercio con España, la Audiencia de Guatemala prohibió, por cédula del 12 de enero, la llegada de vinos del Perú.

Aclaró que la prohibición regía «aunque fuesen bajo el nombre de vinagre.»

Era bien conocido que Guatemala tenía varios productos de interés para el Perú y que, por otra parte, era notorio que sufría de una permanente escasez de vino y aceite. Por ello, ante las reiteradas solicitudes hechas a la Corona por las autoridades y comerciantes de la región, Felipe V firmó el 22 de febrero de 1718 una real cédula que autorizaba el comercio de vinos con el Perú, pero como límite 18 mil botijas anuales, las cuales debían pagar un peso de impuesto de exportación al salir del Perú y dos por concepto de importación al desembarcar en Guatemala.

Para entender la importancia de los cultivos peruanos, es interesante ver los reclamos de la Audiencia de Guatemala. El 26 de junio de 1668, cuando ofició directamente al rey, lamentó la prohibición de comerciar con el Perú. La respuesta del 5 de mayo de 1569 al informe solicitado por la Corona a los entes de la Casa de Contratación de Sevilla justificaba la prohibición del comercio, como el de vinos, porque «en el Perú viñedos y olivares habían adquirido un desarrollo tal que disponían de una producción suficiente para permitir el abastecimiento completo de Nueva España, Honduras y Guatemala; por tanto, autorizar el libre comercio entre ambos virreinos traería como consecuencia la ruina del agro sevillano».

Sobre la queja de los guatemaltecos, en el sentido de que las flotas provenientes de España no llevaban la cantidad necesaria de ese producto, el Consulado explicó que la causa «había que buscarla en la continua violación de lo preceptado por parte del virrey del Perú y los oficiales reales que consentían impunemente el comercio clandestino de caldos peruanos con Guatemala». Es decir, cuando los vinos españoles llegaban a Guatemala, encontraban el mercado saturado con el vino peruano, por lo que ya no había cabida para los llevados de Andalucía.

Los aguardientes también viajaban por el interior, en especial a las regiones mineras del Alto Perú donde eran conocidos por el

valle que los producía, y si el más popular era el aguardiente de Pisco, llegaban también los aguardientes de Vitor de Majes y de los demás valles sureños. El aguardiente de Pisco era el que se embarcaba en el puerto de ese nombre y producido en los valles iqueños. Por la costa el aguardiente de Pisco en su viaje al sur hasta llegar, en grandes cantidades, al puerto de Arica desde donde las recuas de llamas, algunas conformadas hasta por mil animales, trepaban los Andes hasta los ricos y fríos parajes de la Villa Imperial de Potosí. Navegando en sentido contrario alcanzaban los puertos del Callao, Guayaquil, Panamá hasta llegar a la Nueva España.

En cuanto al olivo, como ya se ha mencionado la elaboración de aceite demoró y hubo que esperar hasta que se llegase a una producción de aceitunas que lo justificase para que se comenzase a producir aceite, y fue entonces que los consumidores locales vieron que era más provechoso que el importado de la península ya que las botijas aceiteras que venían de España muchas veces estaban llenas sólo hasta la mitad y otras con el aceite agriado por el largo viaje. Este aumento de producción de aceitunas y aceite encontró también un demandante mercado interno y externo. El cronista franciscano Buenaventura de Salinas y Córdova en su crónica a comienzos del siglo XVII dice:

Del aceite y aceitunas hay tanta cantidad, además del gran consumo que tiene esta ciudad (Lima), se llevan más de quince mil arrobas a Tierrafirme, Quito, a Nicaragua y a México.

En la actualidad son muchas las empresas peruanas que producen vinos y aceite de oliva además de uvas y aceitunas. Las características únicas, tanto históricas como geográficas de la costa peruana que permiten producir vino de calidad fuera de los paralelos vineros del mundo hace que se esté proponiendo declararlo Patrimonio cultural y gastronómico del país. Por su parte las aceitunas llamadas “criollas” o “sevillanas” de Tacna han sido las primeras en recibir el derecho a usar la denominación de origen. Debe entenderse también que el número de nuevos puestos

de trabajo que crean anualmente estos dos cultivos e industrias ha ido aumentando de forma constante lo que son muy buenas noticias para la región y para el país.

A lo dicho hay que agregar que el interés por el turismo rural ha hecho que en los valles vineros y oliveros se estén desarrollando rutas turísticas en los cuales, se conjugan los dos productos con la muy variada y reconocida gastronomía peruana que en cada uno de estos valles tiene especialidades originales. Cada uno de los valles ha desarrollado rutas del vino y del olivo, que se acompaña con restaurantes especializados.

Bibliografía:

Acosta, Joseph. Historia Natural y moral de las Indias. Biblioteca de Autores Españoles Vol. 73 Ediciones Atlas. 1954 [1590].

Cieza de León, Pedro de. Crónicas de Perú (Obras completas) Tomo 1. Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid, 1984 [1593].

Cobo, Bernabé. Historia del nuevo mundo. Biblioteca de Autores Españoles Vol 91. Ediciones Atlas, Madrid, 1964. [1693].

Garcilaso de la Vega, Inca. Comentarios reales de los Incas. Emcee Editores, Buenos Aires. 1943.[1609].

Lockhard, James. The Men of Cajamarca. Institute of Latin American Studies, University of Texas Press. Austin, 1972

Lohmann, Guillermo. Historia Marítima del Perú Siglos XVII y XVIII. Instituto de Estudios Marítimos. Lima, 1975.

Pozo, José del. Historia del vino chileno” Editorial Universitaria. Santiago de Chile,1998

Salinas y Córdova, Buenaventura. Memorial de las historias del Nuevo Mundo. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, 1957 [1631]



NUESTROS DOCENTES ESCRIBEN

Aproximación a un modelo de perfil profesional de los cuadros directrices de turismo y su desempeño en la gestión del MINCETUR 2024 ■■

Por: Mg. Carlos R. Villena Lescano



I Base teórica

Partiendo de las investigaciones y trabajos relativos al tema que se ha elegido, se ha podido identificar diversos trabajos valiosos cuyos enfoques sobre los perfiles profesionales de directivos y altos funcionarios y su eficiencia en la gestión pública son abordados con distintas perspectivas. La revisión sistemática ha conducido hacia el hallazgo de posturas que tienen que ver con aportes de autores individuales, en equipo, artículos científicos, tesis, temas de gobernanza, entre otros.

La mayoría de estos documentos tienen un carácter cualitativo habiendo sido los instrumentos de investigación esenciales las entrevistas semiestructuradas y estructuradas con las cuales devino la construcción de sus teorías en el campo de la gestión pública y la ejecución de sus planes.

De ese horizonte, dos de ellos recogen contenidos, de los cuales, se analizan sus propuestas y bases teóricas que permitan encauzar y sentar las bases de los fundamentos que se pretende desarrollar para sustentar los perfiles profesionales de los cuadros directivos de turismo y su desempeño en la gestión del MINCETUR en un escenario distinto y, ojalá, en la próxima gestión gubernamental del 2024.

Una primera consideración sobre el tema en cuestión es que su tratamiento está vinculado con varios conceptos centrales que conducen hacia el mismo derrotero, estos son: perfiles profesionales, especialidades, meritocracia, desempeños, cumplimientos de objetivos y metas, gestión del conocimiento, recursos y

capacidades, capital intelectual entre los que se aúna la gobernanza.

En ese escenario, se analizan las dimensiones perfil profesional y desempeño en la gestión pública. En el primer caso, se entiende por perfiles profesionales en la tesis doctoral **Perfil profesional del profesor universitario y su relación con el desempeño docente** de René del Águila Riva citando a Machado en los siguientes términos:

Es la descripción de lo que idealmente es necesario saber realizar en el campo profesional correspondiente a determinada calificación. Es el marco de referencia, el ideal para el desarrollo profesional, que, enfrentado al desempeño real de las personas, indica si son o no competentes, si están o no calificadas para actuar en su ámbito de trabajo. Se expresa en términos de competencias profesionales. (Machado, 2005, p. 29).

Esta aseveración del autor determina claramente que los conocimientos previos o dominios de áreas específicas del saber son las piezas fundamentales para el ejer-

cicio profesional de cualquier especialidad llegando a determinar si se es competente o hábil para desempeñar una tarea, función o responsabilidad en cualquier campo laboral atendiendo a una evaluación y aprobación de dichos conocimientos.

Los perfiles profesionales se han convertido en un instrumento eficaz para reclutar y seleccionar cuadros superiores en el campo laboral para elevar los índices de productividad y desempeño de una organización, concretamente de la actividad privada con el propósito de crear, diseñar y ejecutar proyectos donde un cuadro superior debe de ostentar prueba y evidencia de sus conocimientos y experiencias. Así, su nivel remunerativo será en función de sus capacidades y competencias. No es el caso de la función pública donde predomina la confianza, el amiguismo los favores políticos y no el conocimiento. Se podría desmenuzar este contenido de la siguiente manera en el

Perfiles profesionales y sus esencias

01

Habilidades Blandas

Actitud, lenguaje corporal iniciativa, liderazgo, trabajo en equipo.

02

Competencias específicas

Planificación estratégica, proyectos, marketing, inglés avanzado.

03

Formación académica

Grados y títulos, doctor en turismo

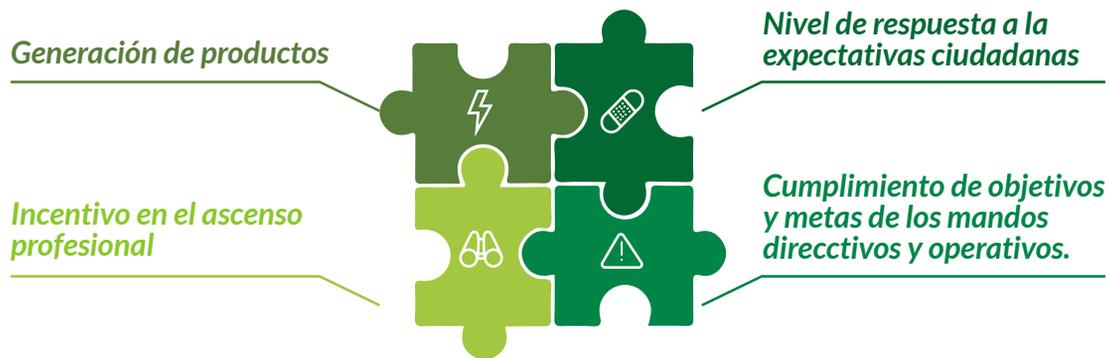
gráfico 1:

Por otra parte, la dimensión: desempeño en la función pública guarda otras consideraciones puesto que tiene que ver con la eficiencia en la propuesta y ejecución de proyectos, normas, reglamentos e inversiones cuyos resultados y logros deben de traducirse en crecimiento y desarrollo sectorial. A este respecto, Iván Velasco Garzón (2016) en su tesis de maestría: **Análisis jurídico de la evaluación del desempeño de los servidores sujetos a la Ley Orgánica del Servicio Público, como herramienta de gestión en la actuación de la administración pública**, sostiene que:

“Al abordar un concepto de los servidores públicos, e introducirlos en un procedimiento administrativo de evaluación del desempeño, se pretende analizar las ventajas, desventajas de su implementación en relación con la generación de productos primarios o secundarios en la organización pública, el nivel de respuesta a las necesidades y expectativas de la ciudadanía; revisar la trascendencia de la motivación e incentivo en el ascenso profesional en la carrera administrativa y la relación de los niveles directivos y operativos con un solo objetivo; por otra parte, verificar los componentes de la evaluación del desempeño y su connotación en el desarrollo profesional de los servidores públicos. Este punto de vista abre el debate en toda su expresión en el sentido de establecer evaluaciones de desempeño en el ejercicio público sobre resultados obtenidos, denominados por el autor: generación de productos. Es muy reveladora esta reflexión porque establece una teoría fundamental de la función gubernamental al servicio de la ciudadanía y el Estado desde su estructura orgánica, cargos, puestos y responsabilidades, así como los estándares de evaluación”. (Velasco, 2016, p. 3). El gráfico 2 aclara el panorama:

DESEMPEÑO DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

Indicadores esenciales



Establecidas estas primeras bases del marco teórico, se ha apelado a la revisión sistemática de lo tratado hasta el presente cuyo fondo ha sido analizado de diversos ángulos desde una perspectiva del gobierno central, regional e institucional, desde pequeñas organizaciones públicas, planes de mejora, consultas a la ciudadanía, rigurosos análisis de los perfiles y desempeños, introducción de conceptos de burocracia, meritocracia y tecnocracia que han permitido dentro de ese panorama seleccionar dos casos significativos cuyos aportes, contenidos, metodología y conclusiones contribuyen a establecer un rumbo definido en el objetivo de esta investigación. Se trata de los siguientes:

1. Perfil profesional y designación de funcionarios de confianza en el Gobierno Regional de Huancavelica, 2019 del autor Sánchez Solís, Yuri

Trata acerca de los fundamentos teórico-práctico sobre el cumplimiento estricto del perfil profesional que deben poseer los aspirantes a cargos de confianza mediante designación de los titulares de las entidades del Estado Peruano en sus tres niveles de gobierno. El autor Sánchez Solís revela con total claridad las serias deficiencias e incumplimientos de los perfiles profesionales y designaciones de los más altos funcionarios de ese gobierno regional nombrados por sus propias autoridades electas.

Las reflexiones extraídas de este texto son valientes y serias al mostrar que no obstante la existencia de barreras y normas que exigen

perfiles determinados, así como funciones precisas de los documentos de gestión, no se cumplen en ningún nivel. Es particularmente sorprendente que el autor haya mostrado los procesos internos de reclutamiento, las normas vigentes en el ROF y MOF, los que significan a la luz del día, documentos de poco valor, y al mismo tiempo, explican al verdadero gobernante informal.

La metodología utilizada fue de tipo aplicativo, con diseño no experimental, de tipo transversal, descriptivo comparativo entre la situación actual de los funcionarios y los requisitos establecidos por la normativa vigente aplicable. Los resultados obtenidos sentencian que no se está cumpliendo con perfil profesional requerido según la normativa en la designación de funcionarios de confianza que actualmente se desempeñan en el Gobierno Regional de Huancavelica.

Sánchez Solís grafica en su investigación la realidad concreta y asfixiante del modelo actual de la administración pública sobre el reclutamiento y selección de sus cuadros superiores en el caso regional que es el mismo en los niveles central y local. La opinión pública y los medios de comunicación han dado cuenta de esta situación en múltiples casos que no han hecho más que confirmar que tenemos un Estado decadente y en descomposición. Al mismo tiempo, el autor reconoce su frustración y desencanto al comprobar que los perfiles profesionales registrados en sus documentos de gestión no corresponden ni se ajustan en lo más mínimo con una administración eficiente.

2. Tecnocracias sociales: El surgimiento de una tecnocracia en el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

de los investigadores: Estelí Vela, María Gracia Becerra, Sebastián García, Gabriela Ruiz y Pablo Roca. (2014). El objetivo planteado fue el de describir el desarrollo de creación del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social en el 2011 en la campaña electoral del candidato Ollanta Humala con la aprobación, implementación y corroboración del perfil tecnocrático del equipo inicial de alta dirección de este ministerio.

La investigación anotada revela cómo es que los perfiles profesionales que van desde la ministra y 8 de sus viceministros y directores generales muestran credenciales académicas y experiencia en la gestión pública. Todos ellos, sin excepción, tienen maestrías y provienen de universidades norteamericanas como Penn State, Syracuse, Illinois, Maastrich School of Management, Universidad de Chile y Carabobo.

El documento en cuestión trae una nueva posición en el análisis: La tecnocracia. A diferencia de la burocracia y la meritocracia, la tecnocracia asume un nuevo papel en la gestión pública y el Estado, es decir, el gobierno de técnicos que utilizan el método científico para resolver problemas políticos y sociales independientemente de las concepciones de los partidos políticos. Algo más, se inserta en el enfoque del rol del Estado y sus instituciones y organizaciones públicas para hacer gestión alcanzable y eficiente.

Este valioso insumo permite identificar experiencias, descripciones y análisis que

se acercan con bastante aproximación al objetivo que se persigue. Entonces, el hilo conductor abre nuevas vetas en las que los perfiles profesionales especializados, la alta calificación y la experiencia en la gestión pública podrían sentar las bases para establecer un modelo semejante.

Los antecedentes teóricos antes subrayados tienen la virtud de aportar y agregar valiosos puntos de vista que convergen con las pretensiones originales de esta investigación como también otras entre las que se pueden anotar con claridad los de Terry Hernández, Núñez León, & Aranibar Osorio (2017) que proponen en coincidencia la creación de una fórmula de selección de altos funcionarios en los ministerios del Perú. Aún más, llevan el tema al más alto nivel político con la intervención de la opinión pública y las fuerzas políticas.

De otro lado, al observar que la eficiencia y desempeño en la función pública de sus cuadros no solo son conceptos aislados, sino que tienen que ver como las partes de un todo, es decir, analizando y observando el rumbo de las instituciones a las que pertenecen. Significa que el abordaje del tema objeto de esta investigación se inicia con una visión deductiva que parte del rol del Estado, su tamaño, el análisis de la burocracia, meritocracia y tecnocracia, los perfiles profesionales en turismo de los altos funcionarios y su eficiencia en su gestión para alcanzar los objetivos y metas trazados en sus planes de gobierno. Ver gráfico 3 sobre los modelos teóricos de perfiles y desempeños hallados.

Modelos teóricos: perfiles y desempeños

Sánchez Solís. 2016

1. Aspirantes a cargos públicos con perfiles superiores.
2. La selección de cuadros de confianza debe seguir ñas normas
3. Los documentos de gestión inician el desempeño.

Vela, Becerra, García. 2014

1. Concepto de tecnología
2. Perfil tectocrata.
3. Altos niveles académicos y experiencia.

Terry, Núñez y Aranibar. 2017

1. Fórmula de selección de altos funcionarios.
2. Intervención de la opinión pública y fuerzas políticas.

Gráfico elaborado como resultado de la revisión sistemática

Las anotaciones arriba señaladas desde el punto de vista de esta investigación y por sí mismas, no tendrían asidero sino se complementan y fortalecen con el análisis de grandes pensadores del escenario social del país quienes enfocan el rol del Estado, centralismo y burocracia en su máxima expresión.

Dichos estudiosos e investigadores del rol del Estado peruano a lo largo de 200 años de independencia y gobierno han coincidido en grandes líneas sobre la debacle de este enorme paquidermo que no hace más que crecer en cada gobierno entrante, engrosar sus filas con amateurs e improvisados en la gestión que impide el desarrollo sectorial. Aquí el mensaje de dos de ellos: Para José Matos Mar, afamado investigador de ciencias sociales sostiene que:

"La complicación, la rigidez de las reglamentaciones y los procedimientos burocráticos, la obsesión de una cada vez más minuciosa normatividad legal y administrativa, sofocan y estrangulan la vida nacional y dan lugar a la aparición de incoherencias y cuellos de botella que reducen aún más la eficiencia de los aparatos de gobierno"(1986, p. 105)

La investigación del doctor Matos Mar ha revelado al mundo el enorme desarraigo del mundo rural hacia los medios urbanos que dieron pie a su obra expresada en el desborde popular, invasiones, informalidad y auto generación de pequeñas inversiones y empleo debido a la ausencia del Estado que sigue manteniendo privilegios, eligiendo a sus propios cuadros con el mismo esquema: informalidad estatal.

Más adelante, otro gran investigador, Don Hernando de Soto en **El otro sendero**, uno de los libros que ha generado un amplio debate entre el papel del Estado, la economía y el desborde popular de la informalidad que señalaba Matos Mar. El deslinde es claro: Sostiene que:

"Dado que en países como el Perú el problema es el Estado, no la economía informal que no es otra cosa que una respuesta popular,

espontánea y creativa ante la incapacidad estatal para satisfacer las aspiraciones elementales de la población marginada de la población" (1986, p. 93)

Se agrega a esta aseveración que la incapacidad del Estado a la que alude De Soto tiene que ver con la ausencia de visión y cumplimiento de promesas, planes y proyectos que los partidos políticos y gobernantes suelen ofrecer al país para luego incumplirlos por falta de gestión y talento humano.

La profundidad del tema conduce a otro escalón: el debate de la burocracia, meritocracia y tecnocracia. ¿Cuál sería la mejor fórmula para un Estado democrático y moderno? No hay una respuesta única sino puntos de vista distintos según la visión de futuro que se tenga.

Los dos siglos de vida republicana y los juicios de los mejores pensantes del país acerca del papel del Estado nos llevan a la misma conclusión la clase y sus partidos políticos, la clase dominante, los terratenientes encubiertos que con privilegios y prebendas construyeron un país que pese a sus riquezas tiene vergonzosos índices de pobreza, desnutrición y anemia, educación precaria y un sistema de salud deficiente. Resultado, los políticos no han podido resolver los agudos problemas sociales que encaran los ciudadanos.

En este escenario, sobrevive la burocracia. Marx ya se había pronunciado sobre este aspecto señalando que ella no construye ni produce riqueza, pero sí gobierna y se apropia de ella mediante impuestos y normas. Abriendo las cortinas del escenario encontramos tras ella que Marx no se equivoca en el sentido improductivo de la burocracia, sino que, viendo el panorama actual, 1 millón 400 mil burócratas nos contemplan con encanto sin producir ni gestionar con eficacia los recursos del Estado para crecer.

Pero Max Weber, el celebrado investigador social del siglo pasado, en su obra ¿Qué es la burocracia? Introdujo otro punto de vista:

"Administrar un cargo, y administrarlo de manera especializada, implica, por lo general, una preparación cabal y experta. Esto se exige cada vez más del ejecutivo moderno y del empleado de las empresas privadas, así como se exige del funcionario público" (1921, p. 8)

Según los juicios de Weber, se encuentra una nueva posición, es decir, acepta y describe el aparato estatal como una organización con una autoridad y con cuadros funcionales. No reniega de ella, sino que más bien introduce un modelo de organización que funciona como un todo.

La meritocracia constituye un escalón diferente. Se refiere a las cualidades de formación y calificación de sus directivos, ascensos por propios méritos dentro del marco de un escalafón. Sin embargo, la tecnocracia corresponde a un modelo distinto y novedoso que enfoca el uso del método científico para la resolución de temas políticos, sociales y económicos en la gestión pública en la búsqueda de la eficiencia y logros. Acaso este aporte constituya objetivo final de esta investigación.

Tomando nota de estas reflexiones, se bosquejará un primer intento de establecer un concepto de los Perfiles profesionales de los cuadros directivos y su desempeño en la gestión del MINCETUR sumando a ello la revisión sistemática efectuada.

Se puede señalar que el marco es este:

Los perfiles profesionales de los altos directivos del sector turismo deben comprender contenidos con altas credenciales académicas con mínimos de maestrías y doctorados en turismo. Sus competencias específicas están directamente relacionadas con el pensamiento estratégico y la capacidad de elaborar planes de turismo, formulación de proyectos de inversión y el marketing digital además el dominio mínimo del inglés avanzado. La experiencia profesional, empresarial y gremial son esenciales como requisitos fundamentales de un cuadro directivo superior en turismo. Muy especial, las habilidades blandas son determinantes como la capacidad de integrar equipos de trabajo de distintas especialidades, liderazgo indiscutible y actitud para resolver problemas.

Pero el concepto de un cuadro directivo en funciones públicas de turismo debe de ser el de un tecnócrata, es decir, con capacidades para utilizar el método científico para resolver problemas del mercado turístico, conectividad e infraestructura básica o tal vez el de la construcción de grandes proyectos interregionales, incrementar el PBI sectorial y las inversiones focalizadas. Ahora bien, es preciso distinguir entonces quién es un tecnócrata y quién no lo es. "Los tecnócratas son individuos con un alto nivel de entrenamiento académico especializado, lo cual constituye el principal criterio sobre el que son elegidos para ocupar posiciones claves en el proceso de toma de decisiones en grandes y complejas organizaciones tanto públicas como privadas" (Collier.1979, p. 403)

Lo señalado implica desplazar a aquellos desarraigados e indocumentados del turismo sin credenciales o provenientes de partidos políticos sin conocimiento. No es novedosa esta posición desde que el primer ministro de



Italia, Mario Draghi, instituyó a su llegada al poder en febrero de 2021 tal forma de gobernar entregando a tecnócratas ocho de 23 ministerios entre ellos los de Economía, Interior y Transición Energética. Una mirada al tema se expresa así en el **gráfico 4**.

Perfiles profesionales de directivos y desempeños en turismo



En esa misma dirección conceptual se analizará su aplicación resultante del estado del arte y cómo se han aplicado a distintos casos. En la presente investigación en curso, se observarán los modelos teóricos de Sánchez Solís, Yuri (2019) y Estelí Vela, María Gracia Becerra, Sebastián García, Gabriela Ruiz y Pablo Roca, (2014).

En el caso de Sánchez Solís se observan 5 subcategorías que explican con claridad su enfoque de Perfil profesional y designación de funcionarios de confianza en el Gobierno Regional de Huancavelica. La tabla 1 expresa lo anotado.

Dimensión	Indicadores
Formación académica	Título Profesional Colegiatura y habilidad profesional.
Capacitación	Competencias requeridas según el MOF
Experiencia profesional	Años de experiencia requeridos según el MOF
Necesidad del servicio	Cargo estructural CAP en condición de libre
Idoneidad	Registro Nacional de Sanciones contra Servidores Civiles y Deudores Alimentarios Morosos.

Las subcategorías señaladas muestran con amplitud el enfoque del autor tanto en sus dimensiones como las subcategorías entre las que se destacan en coincidencia con el planteamiento de la presente investigación, la formación académica, competencias y experiencia profesional resultando aportes relevantes que el servicio esté registrado como cargo estructural en el Cuadro de Asignación de Personal de las instituciones públicas. Concluye con una nueva dimensión referente a la idoneidad del directivo en el sentido que no esté marcado ni señalado en los registros de sanciones previas contra servidores civiles, y la más severa, no debe de figurar entre los deudores alimentarios morosos.

En el caso de las tecnocracias sociales: El surgimiento de una tecnocracia en el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, (2014) cuyos autores: Estelí Vela, María Gracia Becerra, Sebastián García, Gabriela Ruiz y Pablo Roca, (2014) explican las dimensiones e indicadores registrados en su modelo los que se pueden observar en la **tabla 2**:

<i>Dimensión</i>	<i>Enfoques</i>
<i>Haber ocupado un cargo de altas decisiones.</i>	<i>Registro de trayectoria profesional en el Estado.</i>
<i>Tener un alto expertise y formación profesional.</i>	<i>Procedencia de universidades, instituciones académicas o grupos de reflexión.</i>
<i>Haber sido designado por su formación profesional y no por factores políticos.</i>	<i>Procedencia de universidades, instituciones</i>

Esta propuesta ha tenido un correlato en sus dimensiones y enfoques desde el momento en que la primera dimensión, haber ocupado un cargo de altas decisiones, los autores registran que los 8 altos funcionarios habían tenido altos responsabilidades en la administración pública tanto en el MEF como en SERVIR, MINSA e Instituto Nacional de Salud. En cuanto a su procedencia académica, la PUCP, UNMSM y la UNSA son las casas de estudio de origen de estos cuadros cuyas especialidades son las ciencias sociales y económicas.

Este puñado de tecnócratas, mostraron en su tiempo durante el régimen del presidente Humala, entre octubre de 2011 y julio de 2013 un enorme impacto en el aparato público debido a su novedosa presentación como independientes de partidos políticos, altamente versados en temas de pobreza e inclusión. Pero su más valioso patrimonio fue el de sus vinculaciones con organismo internacionales como el Banco Mundial, USAID, OMS, OIT y en el Perú con GRADE y el IEP.

Este fue el inicio de la tecnocracia en el Perú con sus primeros planes de gobierno sectoriales elaborados por este cuerpo sin la intervención del partido gobernante la que sin duda trajo más tarde celos y recelos a la hora de definir los cuadros de asignación de personal y los consabidos ROF y MOF donde evidentemente quedaron fuera el partido y los desempleados de campaña electoral en búsqueda de una recompensa laboral.

Como primer intento de tecnocracia, nace precisamente por la falta de resultados eficientes en la política social del Estado en el que el clientelaje político es una práctica usual. Pero tratándose de un sector complejo, hacía falta traer a los que saben y más saben, razón por la cual los consensos políticos fueron favorables en una primera instancia. Se verifica lo señalado en la **Tabla 3**.



Perfiles del primer cuerpo de tecnócratas de la Alta Dirección del MIDIS

Nombres	Puestos que ocuparon en el MIDIS	Universidades		Carreras		Instituciones	Experiencia Previa en el Org. Estado
		Pregrado	Postgrado	Pregrado	Postgrado		
Carolina Trivelli	Ministra	PUCP	Penn State U.	Economía	M. Economía Agraria	BM/BID/USAID/IDRC/IEP	
Juan Pablo Silva Macher	Viceministro de Políticas y Evaluación Social	PUCP	Columbia University	Economía	M. Administración Pública	BM/CARE	Minedu (Feb- 1996 /Feb - 2000) MEF (mar-200/Dic-2000), Feb-2003 / Oct-2011)
Jorge Arrunátegui	Viceministro de Prestaciones Sociales	PUCP	Syracuse University London School of Economic and Political Science	Economía	M. Administración Pública / Relaciones Internacionales / Health Policy & Demography	OMS, OIT, GRADE, Instituto APOYO	Ministra (1997-2003). MEF (ene-2003 /dic-2005) SERMR (dic-2008 / oct - 2011)
Anibal Velásquez Valdivia	Dirección General de Seguimiento y Evaluación	UNSA	Universidad de Carabobo	Médico-Cirujano	M. Malariología y Saneamiento	Abt. Associates	Instituto Nacional de Salud (Dic. 2008 /Abril-2010)
Miguel Ignacio Madueño Dávila	Dirección General de Gestión de Usuarios	PUCP	Universidad de Illinois	Economía	M. en Ciencias de Política Económica	Abt. Associates	MINSA
Silvana Vargas Winstansley	Dirección General de Políticas y Estrategias	PUCP	Penn State U.	Sociología	Ph. D Rural Sociology & Demography	BM/OIT	MINEDU
Gabriel Arrisueño	Dirección General de calidad de Prestaciones Sociales	PUCP	Syracuse University	Derecho	M. Administración Pública / M. Relaciones Internacionales	ILD/CSIS	PCM (ene-2005 / dic-2005)
Janeth Bouby Cema	Dirección General de Descentralización y Coordinación de Programas Sociales	UNMSM	Maastricht School of Management / Universidad de Chile /PUCP		M. Administración Estratégica /M. Salud Pública / M. Gerencia Social	USAID/BM	MINSA

Sometiendo al análisis las propuestas teóricas observadas, se puede registrar que existe una distancia en el tiempo de 5 años de diferencia entre la investigación de Huancavelica y la del MIDIS. Ambas tienen vértices semejantes, pero con enfoques distintos. Mientras que el texto de Sánchez Solís se postula por dimensiones académicas, de idoneidad, necesidades del servicio y experiencias así como las necesidades del MOF pero manteniendo la estructura de acceso a la gestión pública bastando contar con un cargo de confianza, el trabajo de Estelí Vela, María Gracia Becerra, Sebastián García, Gabriela Ruiz y Pablo Roca, (2014) introduce el concepto de tecnocracia en el que los estándares de ingreso son diferentes y con vallas muy altas desde el punto de vista de los antecedentes en la gestión en altos cargos, académico, apolítico y de vinculaciones con organismos internacionales. En estas circunstancias, develaremos un cuadro comparativo de ambas teorías en la **Tabla 4**

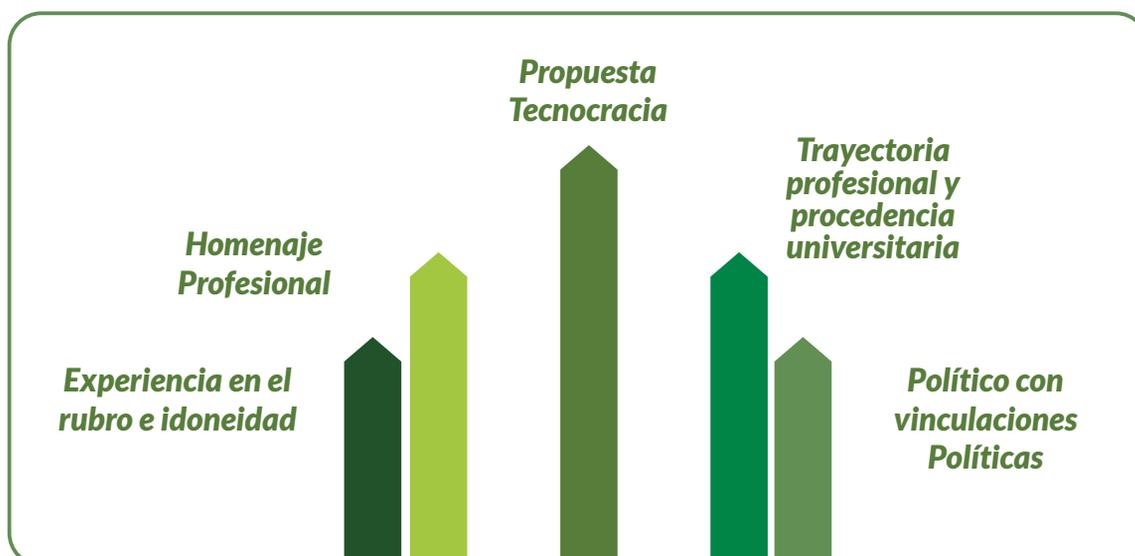
<i>Dimensión Modelo Sánchez Solís</i>	<i>Dimensión Modelo Vela, Becerra, García y Roca</i>
<i>Formación académica Capacitación</i>	<i>Registro de trayectoria profesional en el Estado</i>
<i>Experiencia profesional</i>	<i>Procedencia de universidades, instituciones académicas o grupos de reflexión.</i>
<i>Necesidad del servicio</i>	<i>Participación política</i>
<i>Idoneidad</i>	<i>Vinculaciones internacionales</i>

II La propuesta teórica

Recogiendo los aportes de ambas teorías conocidas previamente, considerando las realidades de su aplicación y tomando los ángulos más relevantes en las investigaciones precedentes, se estima que el modelo a proponer sería el de la tecnocracia habida cuenta que la estructura y rol del Estado no ha sabido responder a las necesidades de la ciudadanía y el pueblo peruano luego de 200 años de independencia como República.

Quiere decir que el principio de las cosas empieza con una verdadera reforma del Estado, reducirlo, tornarlo eficiente con cuadros altamente calificados que sepan resolver y ejecutar. El hecho que este intento se haya realizado con éxito desde el punto de vista de su nacimiento y crecimiento alimenta el sentido de la propuesta. Sería un acontecimiento notable que los sectores productivos sean conducidos por una alta tecnocracia, entre esta, el turismo peruano. Observar la **tabla 5**:

Módulo Teórico Propuesto



Referencias:

1. Collier, D. 1979. The new authoritarianism in Latin America. Princeton: Princeton University Press.
2. EL MODELO DE GESTIÓN DEPORTIVA DE LA PROVINCIA DE BARCELONA DESDE LA ÓPTICA DE LOS GESTORES DEPORTIVOS MUNICIPALES. Ávila, Marco Aurelio; Donato, Francesc Solanellas; Rosa, Claudio D; Vázquez, Joshua Muñoz. Podium; Sao Paulo. Tomo 10, N.º 1, (Jan-Apr 2021): 1-28. DOI:10.5585/podium.v10i1.15915
<https://www.proquest.com/docview/2546169458/fulltextPDF/3BCF6B864D7B4336PQ/30?accountid=45097>
3. ¿Requisito, mérito o innecesario? El valor de los estudios universitarios en turismo para el acceso a la Administración Pública. Una revisión a la oferta de empleo público en la Comunitat Valenciana (2000 - 2018). Arnandis-i-Agramunt, R. y Navarro-Ruiz, S. (2019). En XXII Congreso Internacional de Turismo Universidad-Empresa. Turismo eres tú: el valor de las personas. Castellón (Spain)
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7761202>
4. El surgimiento de una tecnocracia en el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social. Vela, Estelí; Becerra, María Gracia; García, Sebastián, Roca, Pablo y Ruiz, Gabriela. «Tecnocracias sociales: Politai: Revista de Ciencia Política, Año 5, segundo semestre, N.º 9: pp. 83-104.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13869>
5. Gestión pública del turismo: un enfoque de gobernanza local en la Huasteca potosina (México). González, G. B. H., Vargas, A. R. B., & Gómez, C. P. (2020) Anuario Turismo y Sociedad, (27), 77-94.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7530323>
6. Propuesta de un sistema de selección de funcionarios de la alta dirección de los ministerios del Perú. Terry Hernández, M., Núñez León, W. J., & Aranibar Osorio, J. P. (2017). Lima. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
7. José Matos Mar. Desborde popular y crisis del Estado. Instituto de Estudios Económicos y sociales. 1986.
<https://repositorio.iep.org.pe/bitstream/handle/IEP/666/peruproblema21.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
8. Hernando de Soto. El otro sendero. Instituto Libertad y Democracia. 1986.

El oro y la plata en el Perú de la conquista

Por. Doctor Eduardo Dargent Chamot, docente investigador del Instituto de Estudios turísticos de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía



Antes de la llegada de Pizarro

Antes de la llegada de los invasores europeos a la América Meridional no existía aquí la moneda. Mucho se ha hablado del uso de hojas de coca y conchas de *Spondilus princeps* en el antiguo Perú, de esmeraldas y sal en Colombia y de unas hachitas de cobre en las regiones costeras de lo que es hoy Ecuador y el norte peruano, pero hasta qué punto se puede considerar a estos objetos, que pudieron haber servido para intercambios limitados, como moneda, ya es cosa de especulación. En el caso centro andino al menos la evidencia es bastante sólida según los estudios del Dr. Franklin Pease para descartar esa consideración.

La economía centro andina se basaba en un peculiar sistema regido por la reciprocidad, la redistribución de bienes y el uso organizado de diferentes pisos ecológicos. Los grupos humanos básicos eran los Ayllus, siempre divididos en dos parcialidades: Hurin y Hanan. Las dos mitades se complementaban la una a la otra dentro del concepto que llamaban "yanantin" que graficaban con las manos: iguales pero opuestas y complementarias. Así eran Yanantin el día y la noche, el cielo y la tierra; el hombre y la mujer.



*Hachas moneda de Ecuador.
Museo de Guayaquil*

Los Ayllus eran autosuficientes. Se repartían tanto las tareas como los campos y los tiempos de trabajo. La redistribución andina permitía que hubiese una homologación de los bienes y productos dentro del Ayllu, y la reciprocidad exigía una constante relación de apoyo mutuo entre todos los miembros de la familia ampliada, que se traducía en ayuda para el laboreo de los campos y construir viviendas, así como para cualquier otra actividad conjunta necesaria para el bien del grupo fuese esta interna o con la autoridad tanto política como religiosa. La Mita, institución que significa "tiempos de trabajo" y que fue mal aplicada en tiempos coloniales para ventaja única de los invasores, en tiempos prehispánicos era una forma propia del Ayllu para que cada miembro de

¹ <http://uionow.blogspot.com/2014/01/breve-historia-de-la-moneda-ecuatoriana.html>

éste dedicase cierto tiempo a trabajos alejados del núcleo principal a fin de poder contar con recursos diversificados procedentes de pisos ecológicos distintos y lograr un control vertical tan importante para una economía asentada en los Andes.

El mundo andino por lo tanto carecía de formas monetarias o incluso pre monetarias por cuanto no existía una utilidad para ellas y si los Spondilus o las hachitas pudieron haber hecho pensar a algunos investigadores que estaban ante formas pre monetarias lo más posible es que se tratase una vez más de una lectura errónea de las crónicas, las cuales al fin y al cabo no son sino el reflejo de una realidad desconocida vista a través de los ojos de europeos cargados de un bagaje cultural y unas categorías diferentes que se agravaban aún más en los primeros tiempos por el desconocimiento de los idiomas nativos². No sería serio, sin embargo, dejar de anotar que el hecho de que las hachitas del sur ecuatoriano y norte peruano se encuentren en atados y que al no tener filo se descartan como armas o utensilios de cocina, dejan siempre la duda sobre el destino que se les daba. En el capítulo 17 de su obra sobre medios de pago el historiador Waldemar Espinoza trata en detalle el asunto de las hachitas por lo que su lectura es recomendable para los interesados en el tema³.

La conquista europea del territorio andino significó para los pueblos que lo habitaba un cambio total en su forma de vida. No solo los dioses perdieron su divinidad y los jefes su poder, sino que cada aspecto de la vida cambió de sentido. En lo económico el hombre andino vio suplantados sus sistemas tradicionales de reciprocidad y redistribución por una economía monetaria que daba prioridad a la obtención, a cualquier precio, de los metales preciosos y en el cual todo se

evaluaba: productos, bienes y servicios, por medio de la moneda.

Oro y Plata en el Perú de la Conquista⁴

Pretende esta síntesis comprender como vieron los conquistadores las riquezas del Perú, y cuál fue el destino que le dieron a esa fortuna aquellos a quienes les cupo la suerte de encontrarse dueños de ella. Es de interés conocer que motivó a embarcarse en la aventura de Pizarro a los hombres de la hueste perulera y a los que siguieron llegando después de haberse hecho los repartos de Cajamarca y el Cusco. El marco cronológico se encuadra entre el momento en que Pizarro recibe las primeras noticias de la existencia del Tawantinsuyo y los años inmediatos posteriores a la fundación de Lima. A fin de terminar el proceso, sin embargo, se ha continuado, en forma muy sucinta, hasta el cambio de una economía de conquista a una economía colonial que se produce con el descubrimiento de las grandes minas de plata y el impacto que ellas producen.

En cuanto al material usado, se ha dado prioridad a la información de primera mano dejada por los cronistas que participaron en la conquista, en especial Francisco de Jerez, y Sancho de la Hoz. Se ha buscado con frecuencia apoyo en la "Historia del Descubrimiento y conquista del Perú" del contador Agustín de Zárate, llegado tardíamente pero que, por haber sido enviado con la misión expresa de tomarle cuentas al Tesorero Riquelme, es una fuente especializada muy valiosa. Entre el material publicado por investigadores contemporáneos han sido muy importantes los trabajos de José Antonio del Busto; James Lockhart y Manuel Moreyra Paz Soldán. Una revisión de "Los Repartos" de Rafael Loredó ha sido necesaria, aunque ese trabajo está incorporado y ampliado en las obras antes

² - Pease García Yrigoyen, Franklin. Conferencia "Redistribución y Reciprocidad" en Coloquio de Historia Monetaria del Perú. Universidad de Lima. 10-19 octubre 1989.

³ - Espinoza Soriano, Waldemar. Artesanos, transacciones, monedas y formas de pago en el mundo andino. Siglos XV y XVI. Lima, Banco Central de Reserva del Perú, 1987. Tomo II. pp. 133-165.

⁴ - Esta sección está basada en una conferencia que fue dictada por el autor en Cáceres, Extremadura en 1992 y fue publicada como parte de las Actas del Congreso Hernando de Soto y su Tiempo, por la Junta de Extremadura en 1993.

mencionadas. Los estudios de Rafael Varón sobre los Pizarro y el concepto empresarial de la Conquista, ha permitido algunas aclaraciones sobre el uso que se dio a los tesoros peruanos. Durante los primeros años de ocupación española del mundo andino el oro tuvo presencia constante en el pensar y actuar de conquistadores y metropolitanos. Eran los años en que Carlos V pagaba con oro sus guerras contra el turco y contra los reformados anteponiendo los intereses dinásticos a los de España. Fue una época de rapiñas y despilfarros, y como bisagra de estos dos extremos estaba el oro de los Andes.

Refiriéndose a las campañas de conquista americana dice Guillermo Céspedes del Castillo:

Las empresas de conquista en general fueron tan pobres en botín como habían sido en provechos inmediatos las de descubrimiento. Alguna vez aparecieron los soñados, fantásticos tesoros perseguidos con tenacidad digna de mejor causa, y a costa de peligros y trabajos casi increíbles; El rescate de Atahualpa sumó 5720 kilogramos de oro y 11,041 de 'plata buena'; pero estos son casos excepcionales⁵.

Por lo tanto, en este trabajo se tratará de la excepción que fue el Perú en la conquista del nuevo mundo, y ello lo hace más interesante para tener una visión de la riqueza y de su destino.

La noticia propagada por Panquiaco, hijo de un cacique de Panamá a unos soldados que se peleaban por unas piezas de oro fue el inicio de la conquista del Tawantinsuyo. Vasco Núñez de Balboa, durante una de sus correrías por el istmo acompañado por su capitán de confianza Francisco Pizarro recibió una invitación del Cacique Comagre a visitar su tierra. Llegados allí los españoles fueron muy bien atendidos y:

...al final de la conversación el indio regaló a los blancos con algunas piezas de oro. Los

españoles no pudieron refrenarse a la hora del reparto y desconfiando de las balanzas que pesaban el botín se dispusieron a defender su parte. Lo cierto fue que sobraron opiniones y discrepancias, por lo cual tras el rugir de los maldicientes se escuchó el desenvainar de los aceros, el entrechocar de los hierros y ... la risa burlona de un indio espectador: era Panquiaco, el hijo del Cacique Comagre. Los soldados interrumpieron la riña y se volvieron al nativo. Este entre sonriente y conciliador, cuentan que entonces dio un puñetazo en la balanza y dirigiéndose a todos les dijo: ¿Qué es esto cristianos? ¿Por tan poca cosa reñís? Si tanta gana tenéis de oro... yo os mostraré provincia donde podáis cumplir vuestro deseo; pero es menester para esto que seáis más en número de los que sois, porque habéis de tener pendencia con grandes reyes, que con mucho esfuerzo y rigor defienden sus tierras' y al decir esto señaló hacia el Sur añadiendo que allí había un mar donde navegaban otras gentes con navíos o barcos poco menos que los nuestros, con velas y remos⁶.

Mientras Balboa tomaba nota de esas palabras del joven príncipe interesándose en la mención al otro mar, Pizarro "tomaba para sí la noticia del País de las Grandes Balsas, cuyos habitantes tenían grandes vasos de oro en los que comían y bebían."⁷

El primer viaje de Pizarro fue de pobres resultados y grandes sufrimientos. Tuvo que contentarse con enviar a Nicolás de Rivera El Viejo desde el Golfo de San Miguel a Panamá para mostrar a Pedrarias el muy poco oro conseguido. Cuando a partir del segundo viaje se comenzó a encontrar oro, lo primero que se tuvo en mente fue afianzar esa primera esperanza de riquezas que les diera Panquiaco. El oro peruano se convirtió entonces en el señuelo necesario para atraer pobladores a los nuevos territorios conquistados y así Agustín de Zárate al hablar del oro colectado tempranamente en Coaqué dice:

⁵-Vicens Vives, J. (director) Historia de España y América social y económica. Vol. III. pag.339. Barcelona 1982.

⁶- del Busto Duthurburu, José Antonio. Historia Marítima del Perú: Tomo III vol. 2. Siglo XVI Historia Externa. p.34-35.

⁷-Ibid. p.34.

y de allí se envió a Panamá y a Nicaragua dos navíos, y en ellos más de treinta mil castellanos de oro, que había tomado en Coaqué (Francisco Pizarro) para acreditar la tierra y poner codicia a la gente que pasase a ella.⁸

Pedro Sancho de la Hoz por su parte comenta como Pizarro dejó partir a algunos soldados de regreso a la península luego del reparto de Cajamarca porque había algunos viejos que habían ya trabajado mucho y estaban más en condición de descansar que hacer la guerra, pero agrega: "...con cuya humanidad lograba que volviendo éstos diesen mejor testimonio de la grandeza y riqueza de la tierra, de manera que acudiese gente bastante para que se poblase y se acreciese; porque en verdad siendo la tierra grande y llena de Naturales, los Españoles que en ella habían entonces eran poquísimos para conquistarla, mantenerla y poblarla."⁹

El oro antes de llegar al Tawantinsuyo

Francisco de Jerez en su "Verdadera Conquista del Perú y provincia del Cuzco." ha dejado una serie de descripciones del oro que fueron encontrando en los viajes antes de llegar a la costa del actual Perú. La primera referencia que da es:

...siguieron la costa hasta llegar a un gran río que llamaron San Juan, porque en su día llegaron allí, donde hallaron alguna muestra de oro y no hallando rastro del capitán Pizarro, volvióse el Capitán Almagro a Cuchama, donde lo halló.¹⁰

Poco después el mismo cronista hace una nueva referencia a las riquezas encontradas en los viajes de descubrimiento. En esta oportunidad se refiere a las noticias que dio a Pizarro el Piloto Bartolomé Ruíz luego de

una exploración de sesenta días al sur del Río San Juan:

...llegó hasta el pueblo de Cancebí, que es en aquella costa y antes deste pueblo habían visto, los que en el navío iban, otras poblaciones muy ricas de oro y plata, y la gente de más razón que toda la que antes habían visto de indios, y trujeron seis personas para que deprendiesen la lengua de los españoles, y trujeron oro y plata y ropa.¹¹

Es curioso sin embargo que Sancho de la Hoz no mencione lo más importante de esa jornada, que fue el descubrimiento de la balsa de los tumbesinos con buena cantidad de objetos valiosos, pero que por, sobre todo, confirmaba las palabras de Panquiaco sobre la existencia de un reino poderoso hacia el sur. Pizarro al recibir las noticias traídas por sus marineros emprendió con renovado ahínco su marcha, pero, ante el fracaso de no encontrar riquezas y más bien grandes dificultades, decidió regresar hacia el norte solo para detenerse luego en la Isla del Gallo donde se quedó con sus hombres mientras esperaba el regreso de sus navíos con ayuda. Es de todos conocido lo sucedido en la Isla del Gallo cuando el Piloto Tafur llegó con órdenes de regresarlos a Panamá y de cómo accedió a llevar a los que optaron por las riquezas del Perú antes que la pobreza de Panamá a la isla Gorgona, más protegida y salubre que la del Gallo.

Al terminar la estancia forzada de seis meses en la Gorgona, los llamados "Trece de la fama" fueron recogidos por Bartolomé Ruíz quien, aunque tenía órdenes de regresarlos a Panamá, accedió al deseo de Pizarro de continuar hacia el sur. Navegaron cien leguas más adelante de lo que ya habían descubierto y encontraron muchas poblaciones de las que tomaron más oro, plata y ropas.¹² Primero tocaron en la isla

⁸ -Zárate, Agustín de. Descubrimiento y Conquista del Perú. En Crónicas de la Conquista del Perú. Edit. Nueva España S.A. México D.F. s/f. Libro Segundo, Cap. I p.550.

⁹ -Sancho de la Hoz, Pedro. Relación para Su Magestad de lo sucedido en la Conquista y pacificación de estas provincias. etc. cap. I p.118. En Los Cronistas de la Conquista. Selección de Horacio Villanueva. Urteaga. Paris 1938.

¹⁰ -Jerez, Francisco de. Verdadera Relación de la Conquista del Perú y provincia del Cuzco." En Crónicas de la Conquista del Perú. México s/f.33p

¹¹ -Ibíd. p 34.

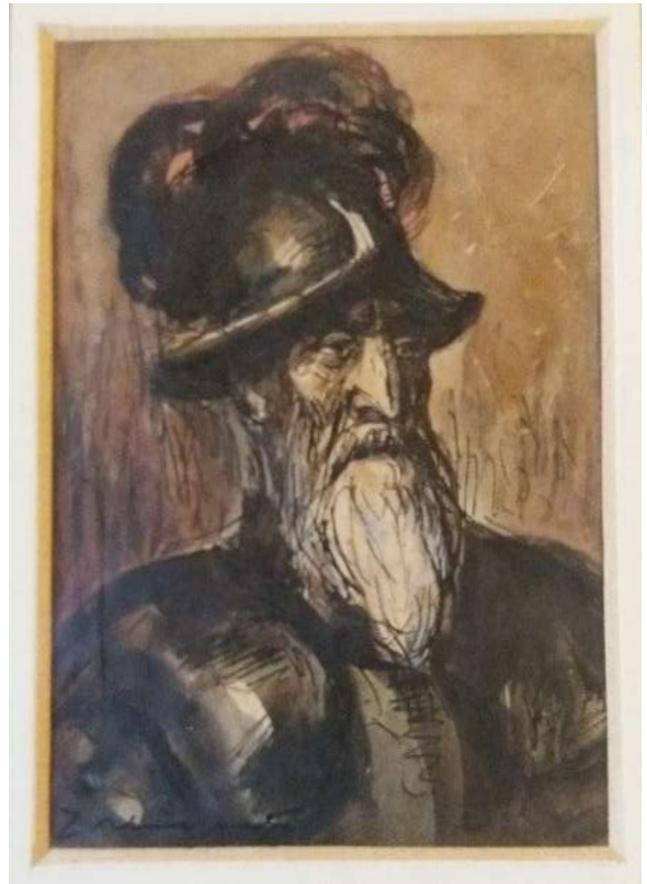
¹² -Ibíd. p.36

de Santa Clara "donde hallaron un gigantesco ídolo de piedra con ofrendas de oro, plata y textilera"¹³ Luego unas balsas tumbesinas que viajaban al norte para hacer la guerra a los de La Isla Puná, los guiaron hasta Tumbes donde tuvieron el primer contacto directo con el Perú. En esta primera ciudad del litoral peruano que bautizaron como Nueva Valencia del Sur, supieron del soberano que gobernaba esas tierras y de las riquezas que en ella había.

Embarcados nuevamente los que bajaron en Tumbes continuaron hasta la desembocadura del río Santa para de allí iniciar el tornaviaje. La llegada a Panamá con animales sorprendentes, finos tejidos, pero sobre todo con oro y plata entusiasmó a muchos e hizo arrepentirse a los que habían abandonado la empresa en El Gallo.

Viajó entonces Pizarro a España donde luego de algunas dificultades pudo exponer en Toledo, ante el Consejo de Indias, sus descubrimientos, apoyándose en los indios intérpretes, el cuadro que de Tumbes había pintado Pedro de Candia y los camélidos americanos que había llevado con él. Convencidos los del Consejo con los argumentos y pruebas recibidas firmaron el 26 de julio de 1529 la Capitulación de Toledo por la cual se dio a Pizarro los títulos de Gobernador, Adelantado y Alguacil Mayor de Nueva Castilla, así como títulos y sueldos para sus socios Almagro y Luque. También recibieron títulos el Piloto Bartolomé Ruíz y el Artillero Pedro de Candia. A los trece del Gallo se les hizo hidalgos y los que ya lo eran, se les nombró Caballeros de Espuela Dorada. Con todo esto más dispensas para llevar productos y esclavos, regresó Pizarro a Panamá a preparar el tercer y definitivo viaje de descubrimiento del Perú.

Zarpó Pizarro el 20 de enero de 1531 y llegaron a Atacames el 17 de febrero. Allí vieron indios que usaban adornos de oro. Al tratar Agustín de Zárate de este pasaje comenta que cuando



Francisco Pizarro. De T. Núñez Ureta. Col. del Autor

estos indios salían a hacer la guerra "traían sembradas las caras con clavos de oro en agujeros que para ellos tenían hechos."¹⁴

En Coaque tuvieron los españoles que luchar primero con los habitantes de la región y luego sufrir las terribles verrugas, enfermedad que además de deformar, debilitó a la hueste. Francisco de Jerez comenta que:

...fueron por la costa de la mar y en todas las poblaciones della hallaban la gente alzada y caminaron hasta llegar a un gran pueblo que se dice Coaque al cual saltaron porque no se alzase como los otros pueblos; y allí tomaron quince mil pesos de oro y mil y quinientos marcos de plata y muchas piedras esmeraldas, que por presente no fueron conocidas ni tenidas por piedras de valor.¹⁵

¹³. -Busto Duthurburu, José Antonio del. Historia General del Perú: Descubrimiento y Conquista. Lima, 1978. p.42

¹⁴. -Zárate, Agustín de. Ob. cit. Libro 1, Cap.1, p.513.

¹⁵. -Jerez, Francisco. Ob. cit. p.37.

Tras algunos meses, a causa del retraso que había significado las verrugas, llegaron los conquistadores a la punta de Santa Elena y allí fueron contactados por un emisario de Tumbalá Cacique de la isla Puná que queda frente a las costas de la península mencionada. El emisario los invitó a pasar a la isla en unas balsas por encargo de su jefe, pero Pizarro, temiendo que fuese una trampa como resultó ser, aceptó siempre que el cacique viajase junto con él en la misma balsa, lo que logró y así pudo conjurar el plan de Tumbalá, pues este había previsto desamarrar las embarcaciones a mitad de la navegación. Ya en la isla los españoles fueron agasajados y, cuenta Jerez que, Tumbalá "dio de su voluntad al gobernador alguna cantidad de oro y plata."¹⁶ Fue en esta isla donde dice Zárate que peleaban los indios con porras y hachas hechas de plata y con lanzas de oro bajo y que en ella tanto los hombres como las mujeres traían muchas joyas de oro y que además comían en vajilla de metales preciosos. En una isla próxima se sorprendieron los castellanos al encontrar una casa hecha de oro y plata rodeada de árboles y plantas de los mismos metales.¹⁷

Más importante fue, sin embargo, descubrir que Alonso de Molina quien al regreso de segundo viaje había quedado en Tumbes, había sido llevado prisionero por los isleños junto con varios centenares de tumbesinos y que ya había muerto. Un papel dejado por Molina y que fue entregado por los indios a los españoles les transmitió su último mensaje: Los que a esta tierra vinieredes, sabed que hay más oro y plata en ella que hierro en Vizcaya."¹⁸

Ocurrió que mientras estaban en la Puná los indios se levantaron y los españoles tuvieron que combatir. Afortunadamente para los peninsulares llegaron a la isla dos barcos con refuerzos al mando de Hernando de Soto con lo que se definió el combate al lado español.

Cuando ya se preparaban a iniciar el viaje a Tumbes el Tesorero Riquelme huyó en uno de los barcos pero la celeridad de Pizarro fue suficiente para

detener a Riquelme quien insistía en declarar que todo era una farsa y que el Perú era muy pobre. Es interesante resaltar esta curiosa acción del contador que luego sería el encargado de llevar el registro de los grandes tesoros del Perú.

Los tesoros del Perú

Llegados al territorio que hoy se llama Perú los conquistadores encontraron que sus más esperanzados sueños no eran sino mezquinas ilusiones de lo que fue la realidad. Aunque Tumbes resultó no ser la ciudad de piedra que había pintado Pedro de Candia, allí, después de un inicial desencanto, hallaron algunas piezas de oro que les devolvió la confianza en la empresa. Las noticias comenzaron a llegar y en todas ellas estaba presente el oro, aún en las relativas al peligro que les aguardaba. El origen de los Incas, por ejemplo, estaba en "una gran laguna que allí hay, llamada Titicaca" de donde surgieron unos hombres muy belicosos "los cuales andan tresquilados y las orejas horadadas y metidas en los agujeros unos pedazos de oro redondo con que los van ensanchando."¹⁹

Así, con mucho temor, pero con un deseo de riquezas aún mayor, el 8 de noviembre de 1532 marchó la hueste hacia Cajamarca en pos del Inca. Llegaron el día 15 y encontraron Cajamarca abandonada. De inmediato vieron, sin embargo, el campamento de Atahualpa en Pultamarca que por su tamaño y por la cantidad de guerreros les pareció el del Gran Turco. Pizarro envió de inmediato una embajada de veinte hombres al mando de Hernando de Soto con la intención de invitar al Inca a cenar con él en Cajamarca para luego,

¹⁶. -Jerez, Francisco de. Ob. cit. p.38.

¹⁷. -Zárate, Agustín. ób. cit. p.521 y 522.

¹⁸. -Busto, José Antonio del. Ob. cit. 1978. p.53.

¹⁹. -Ibíd. p.537.



Atahualpa. De Guamán Poma de Ayala.

teniéndolo alejado de los suyos, capturarlo. A poco de salida la embajada, temiendo que no fuesen suficientes, envió una nueva cabalgada a las órdenes de su hermano Hernando Pizarro. Llegados a Pultamarca y tras algunos momentos de tensión por la demora de Atahualpa en aparecer y por las bravuconadas de Hernando Pizarro contra los indios, se hizo presente el Inca y ofreció a los capitanes sendos vasos de oro conteniendo chicha, la bebida de maíz tradicional de los Andes. Prudentemente los dos españoles rechazaron el ofrecimiento aduciendo que ayunaban a lo cual Atahualpa contestó que él también ayunaba pero que la chicha de maíz no rompía el ayuno, y de inmediato bebió de ambos vasos para demostrar que no estaban envenenados. La invitación a cenar hecha por los españoles no fue aceptada por el Inca, quien dejó en claro que estaba enterado de todos los desmanes

cometidos por los conquistadores desde su llegada a tierras peruanas, y ofreció ir al día siguiente hasta Cajamarca a cobrarles todo aquello que habían tomado en su marcha.

La noche fue de terror y el día siguiente, 16 de noviembre, fue de espanto. El Inca llegó a la plaza con gran compañía en una litera de oro, la joya que escogería para sí Francisco Pizarro al momento del reparto. Jerez ha dejado una descripción espléndida de lo que vieron ese día los conquistadores:

Venía mucha gente con armaduras, patenas y coronas de oro y plata. Entre esta venía Atabalipa en una litera forrada de plumas de muchos colores, guarnecidas de chapas de oro y plata. Traíanle muchos indios sobre los hombros en alto. Tras de esta venían otras dos literas y dos hamacas, en que venían otras personas principales; luego venía mucha gente con coronas de oro y plata.

El temor infundió valor a la hueste y al caer el día el Inca era ya prisionero. A la mañana siguiente Pizarro mandó a Hernando de Soto a saquear el campamento de Pultamarca de donde volvió con gran cantidad de oro. Notando el interés que mostraban los españoles por los metales finos, Atahualpa conferenció largo con el Gobernador y luego de explicarle la situación del Tawantinsuyo ofreció por su liberación un cuarto lleno de oro y dos llenos de plata. Tan pronto Pizarro aceptó el trato comenzaron a llegar caravanas cargadas de piezas de metal para cumplir la oferta. José Antonio del Busto cita un poema contemporáneo al respecto:

**Atabaliba está preso,
está preso en su prisión;
juntando está los tesoros
que ha de dar al español.
no cuenta como el cristiano,
sino en cuentas de algodón
El algodón se le acaba
pero los tesoros no."**

²⁰. - Jerez, Francisco. Op. cit.

²¹. -Busto, J.A. del. 1978. Op. cit. p.77.

En vista de que los tesoros llegaban más lentamente que lo que esperaban los conquistadores, marchó Hernando Pizarro a Pachacamac con el fin de sacar de ese importante templo de la costa las riquezas que allí había, mientras tres soldados voluntarios avanzaron hasta el Cusco con el mismo fin. Ambos grupos estaban acompañados de mensajeros del Inca que servían a la vez de guías y de garantía ante las autoridades locales. Las descripciones de los tesoros descubiertos tanto en la capital Inca como en el santuario fueron fabulosas. En Pachacamac Hernando fue bien recibido y atendido, pero en vista que el oro que se le presentó era poco exigió ser llevado a los aposentos del dios Pachacamac. Estete cuenta que para llegar al lugar que guardaba al ídolo subieron a la parte más alta del templo y allí había:

...un patio pequeño delante de la bóveda o cueva del ídolo hecho de ramadas con unos postes guarnecidos de hoja de oro y plata...Abierta la puerta y queriendo entrar por ella, apenas cabía un hombre, y había mucha oscuridad y no muy buen olor. Visto esto trajeron candela; y así entramos con ella en una cueva muy pequeña, tosca, sin ninguna labor; y en medio de ella estaba un madero hincado en la tierra con una figura de hombre hecha en la cabeza de él, mal tallada y mal formada, y al pie y a la redonda de él muchas cosillas de oro y de plata ofrendadas de muchos tiempos y soterradas por aquella tierra.²²

Hernando Pizarro luego de ver el ídolo lo sacó y "quebrantó" causando espanto entre los habitantes de Pachacamac quienes creyeron que se destruiría el mundo. Impresionados y temerosos sin embargo los curacas de la región de quien se atrevía a tanto, no demoraron en llegar a Pachacamac con sus ofrendas. Pronto estuvieron ante Hernando con sus cargas de oro y plata los señores de

Malaque, Huaro, Hualco, el de Chíncha "con diez principales suyos", el de Guarva, el de Colixa, el de Sallicaimarca y otros principales. Juntando entre lo que sacaron del templo de Pachacamac y lo que estos señores trajeron, un total de noventa mil pesos.²³

Los tres soldados que fueron al Cusco fueron dos infantes, Pedro de Moguer y Martín Bueno, y un escribano Juan Zárate. A su regreso a Cajamarca Zárate informó que se había tomado posesión de la capital Inca en nombre de Su Majestad y que luego la recorrieron y reconocieron, encontrando que:

una casa del Cuzco tenía chapería de oro, que la casa es muy bien hecha y cuadrada, y tiene de esquina a esquina trescientos y cincuenta pasos, y de las chapas de oro quitaron setecientas planchas, que una con otra tenían a quinientos pesos, y de otra casa quitaron los indios cantidad de doscientos mil pesos, y que por ser muy bajo no lo quisieron recibir, que tenía a siete o ocho quilates el peso.²⁴

Más adelante el mismo cronista, Francisco de Jerez, hace otras referencias a las riquezas del Cusco y de sus alrededores que tanto sorprendieron a los castellanos que participaron en la conquista y que él anota para impresionar a los que quedaron en casa. Cuenta por ejemplo que en un lugar cercano al Cusco había dos casas hechas de oro, y luego cuenta que entre las piezas que se llevaron a Cajamarca "trajeron algunas pajas hechas de oro macizo con su espiqñeta hecha al cabo, propia como nace en el campo" y aunque opina que tratar de describirlas todas sería de nunca acabar no puede sustraerse de la tentación de comentar:

...fuentes grandes con sus caños corriendo agua, en un lago hecho en la misma fuente, donde hay muchas aves hechas de diversas maneras, y hombres sacando agua de la fuente, todo hecho de oro.²⁵

²² - Ibíd. p.64.

²³ - Jerez, Francisco de. Op. cit. p.98. Nota: Se ha transcrito "Señor de Huaro de acuerdo a la nota al pie de página, pero en el texto dice "Señor de Hoar".

²⁴ - Ibíd. p.109.

²⁵ - Ibíd. p.112.

Los repartos de Cajamarca y del Cusco

Transcurridos cuarenta días del inicio de la recolección del rescate, plazo estipulado por el Inca, era evidente que aún faltaba mucho para completar lo ofrecido, y ante el constante reclamo de los soldados, Pizarro decidió iniciar el reparto de los tesoros hasta entonces colectados, dejando constancia que, aunque no se habían completado las cantidades, se daba por cumplida la oferta del Inca, aunque por razones de seguridad no lo dejase, por el momento, en libertad.

Hubo en la hueste quienes abogaban por la vida del Inca, entre ellos Hernando de Soto y Hernando Pizarro, y otros que deseaban su muerte. Diego de Almagro llegado tarde a Cajamarca, sabía que sus hombres no recibirían nada hasta que se hubiese terminado con Atahualpa ya que todo lo que llegase antes se consideraba parte del rescate y solo sería dividido entre los hombres de Pizarro. Los Oficiales Reales, Alonso de Riquelme, Antonio Navarro y García de Salcedo quienes querían proceder a la fundición y reparto del metal para cobrar el quinto que debían enviar al Emperador. Atahualpa, que conocía bien el sentir de Almagro y de Riquelme, al despedirse de Hernando Pizarro cuando este inició su viaje a Pachacamac le dijo según cuenta Zárate:

vaste capitán, pésome dello, porque yéndote tú, sé que me han de matar este gordo y este tuerto" y aclara el cronista, lo cual decía por don Diego de Almagro que como hemos dicho arriba, no tenía más de un ojo, y por Alonso de Riquelme, Tesorero de su Magestad.²⁶

El 13 de mayo se hizo saber por pregón que en esa misma jornada se iniciaba la fundición. El procedimiento de fundición constaba los pasos siguientes:

1.- Se llevaban los objetos de oro a la callana, donde se pesaban antes de proceder a la

fundición y luego de terminada esta, se volvían a pesar para evaluar la merma.

2.- El ensayador procedía a aquilatar las barras salidas de la fundición para conocer el valor en maravedís. Como cada quilate equivale a 20 maravedís, se multiplica el número de quilates por 20 para obtener el valor, así: 8 quilates son 160 maravedís; 20 quilates, 400 maravedís, y el buen oro que era el de 22 1/2 quilate valía 450 maravedís. Deben contarse además los granos, que son cuatro por quilate y valen cinco maravedís cada uno. Un ejemplo de Cajamarca basta para ilustrar este procedimiento.

El 14 de mayo, la partida número 11 fue de 379 pesos de oro de 7 quilates 2 granos. $7 \frac{1}{2}$ Quilates = 150 maravedís x 379 ps. = 56,850 maravedís.

3.- Del total se descontaban los derechos del fundidor equivalente al 1% del total antes de separar el Quinto Real.

4.- Una vez descontados los derechos del fundidor se procedía a cobrar el 20% del Quinto Real.

Siguiendo el sistema arriba mencionado las callanas continuaron trabajando hasta el día de Santiago en que se terminó de fundir y repartir. Jerez dice que:

Pesado todo el oro y plata por una romana, hecha la cuenta, reducido todo a buen oro, hubo en todo un cuento y trescientos y veintiseis mil y quinientos y treinta y nueve pesos de buen oro. De lo cual perteneció a Su Magestad su quinto después de sacados los derechos del fundidor, doscientos y sesenta y dos mil y doscientos y cincuenta y nueve pesos de buen oro. Y en la plata hubo cincuenta y un mil y seiscientos y diez marcos, y a su magestad perteneció diez mil y ciento y veinte marcos de plata.²⁷

²⁶-Zárate, Agustín de. Ob. cit. Libro 5, cap. II, p.671.

²⁷ - Jerez, Francisco de. op. cit. p.110. Zárate da cantidades ligeramente diferentes. Según él se fundió en oro 600 cuentos de maravedís, es decir 1'333,333 Pesos de oro, ó 26,666 marcos, equivalentes a 6,134.42 kilos de oro. Zárate aclara que ese cálculo se debió a que el ensayo se realizó con piedra de toque por falta de aguafuerte, y que luego se elevó a 700 cuentos de maravedís. La primera cantidad apuntada por Zárate se acerca a la anotada por Rafael Loredo en "Los Repartos" y tomada por Moreyra luego, diferencia que sin duda se debería a la cuenta gruesa de Zárate. La cantidad de 700 cuentos es considerada como una exageración por Loredo. (nota: Un Cuento es un millón).

Una vez separado el quinto y los derechos del fundidor se procedió a repartir el tesoro entre los participantes de acuerdo a su actuación. No olvidó empero Pizarro a los hombres que habían llegado con Almagro ni a los treinta que permanecieron en Piura, para quienes separó veinte mil y quince mil pesos de oro respectivamente.

Moreyra, quien trabajó los montos indicados por Jerez y por Sancho de la Hoz, conjugando ambos de tal manera que ha podido lograr un cálculo ajustado, indica que el total del oro llegó a 1'326,539 pesos y la plata a 51,610 marcos 3 onzas, descomponiendo las cifras de la siguiente manera:

Pesos de oro Marcos de plata

-Entregado según acta de		
Pedro Sancho	1'014,125.	40,860. 3 onz.
-Impuestos de Quinto.....	262,259.	10,121. 0 onz.
-Derechos del fundidor y cantidad apartada por Pizarro	50,155.	629. 0 onz.
	1'326,539.	51,610.3onz ²⁸

Las cantidades anotadas por Jerez son en Pesos de buen oro, es decir de 22 1/2 quilates, el peso de oro en bruto pesa 4.600 gramos y el neto es decir la cantidad de oro puro corresponde a 4.3125 gramos. La plata se pesó en marcos de 2,210 maravedís, es decir de 930 milésimos. Estos cálculos hechos por Moreyra nos permiten conocer el total de kilogramos de cada uno de los metales del reparto de Cajamarca:

Oro Puro 1'326,539 pesos x 4.3125 grs.= 5,720 kg 699 grs.
 plata Pura 51,610 marcos x 213.94 grs.= 11,041 kg 443 grs.

El reparto del Cusco, aunque menos publicitado que el de Cajamarca, fue mayor que éste, si bien en oro equivalió solo a poco menos que la mitad de lo conseguido en el primero. Las actas del reparto encontradas por Rafael Loredo dan un total de 588,266 pesos de buen oro y 228,310 marcos de plata. De estos últimos 164,588 eran de plata buena. Manuel Moreyra en base a los datos anotados arriba fue el primero en valorizar el reparto del Cusco. Considerando

el peso de oro a 450 maravedís y el marco de plata en 2,210 maravedís y tomando solo 215,000 marcos como de buena ley según indicaciones de Sancho de la Hoz, llega a la conclusión, que el mismo llama aproximada, que el rescate de Atahualpa fue de 710 millones de maravedís mientras que el reparto del Cusco llegó a los 736 millones.²⁹ Como referencia de lo que significaron los montos de ambos repartos arriba anotados es conveniente compararlos con la cantidad mucho menor de oro que Cortez logro recoger después de la toma de Tenochtitlan y que según indica Demetrio Ramos "fue más de 130,000 Castellanos, o lo que es igual, algo más de 58 millones de maravedís.

Es oportuno hacer unas aclaraciones referentes a la metrología monetaria que se encuentra en las crónicas ya que ésta se hace confusa para quien no está acostumbrado a ella. Todas las medidas se apoyan en el "Marco de Castilla" como ponderal y en el "Maravedí" como valor. El Marco de Castilla, es decir la media libra castellana, equivale en el sistema decimal a 230.0465 gramos. El Maravedí era moneda de cuenta y valía a razón de 22,500 maravedís por marco de oro. Las monedas usadas en las crónicas, mezcladas unas con otras son: El Castellano, el Peso de Oro y el Ducado. Las dos primeras, Castellano y Peso de Oro son lo mismo y corresponden a un cincuentavo de Marco. Como el oro circulaba con ley de 22 1/2 quilates, estas monedas valían 450 maravedís. El Ducado era menor y valía solo 375 maravedís.³⁰

El oro peruano llega a España

Luego del reparto de Cajamarca zarpó Hernando Pizarro con el Quinto Real y otros tesoros hacia España en dos naves. El cinco de diciembre de 1533 llegó a Sevilla la primera de las embarcaciones y el nueve de enero siguiente la segunda que era la comandada por Hernando. Jerez dice que en la primera

²⁸ - Moreyra Paz Soldán, Manuel. La Moneda Colonial en el Perú: Capítulos de su Historia. Banco Central de Reserva del Perú. Lima 1980. p.35.

²⁹ - Ibíd. p.42.

³⁰ -Ramos Pérez, Demetrio. Las Grandes Conquistas, en: Historia General de España y América. Tomo VII. Ediciones RIALP S.A. Madrid, 1982. p.286.

embarcación llegó el Capitán Cristóbal de Mena con 8,000 pesos de oro y 950 marcos de plata; el clérigo sevillano Juan de Sosa con seis mil pesos de oro y ochenta marcos de plata y además de estos 38,000 pesos. En el segundo navío, la "Santa María", arribo Hernando Pizarro llevando los 153,000 pesos de oro y 5,048 marcos de plata para el Emperador, lo de los particulares sumaba en ese embarque 310,000 pesos y 13,500 marcos. En junio siguiente llegaron las dos naves que transportaban a los que fueron autorizados a partir a poco de haber zarpado el primer contingente. El total de los cuatro barcos sumó según el cronista mencionado un total de 708 pesos de oro y 48,000 marcos de plata. Moreyra basándose en esas cifras concluye que del rescate de Atahualpa viajó a España en las cuatro primeras naves el 53 % del oro y el 96% de la plata.³¹

La subida de los precios

Tan pronto la hueste se vio dueña de esa enorme suma de dinero, se inició, como era de esperar, una disparada de los precios de los productos, en especial de los pocos de origen europeo que se podían conseguir. La crónica de Jerez es muy esclarecedora en este punto por los detalles que da y por el hecho de que una vez terminada la campaña regresó el cronista a España haciendo su arribo a la península en junio de 1534 con su parte del botín, lo cual nos da una visión fresca y no turbada por acontecimientos posteriores. Dice el sevillano:

No dejaré de decir los precios que en esta tierra se han dado por los mantenimientos y otras mercaderías, aunque algunos no lo creerán por ser tan subidos; y puédolo decir con verdad, pues lo vi, y compré algunas cosas. Un caballo se vendió por mil y quinientos, y otros tres mil y trescientos. El precio común dellos era dos mil y quinientos, y no se hallaban a este precio. Una botija de

vino de tres azumbres, sesenta pesos, y yo di por dos azumbres cuarenta pesos; un par de borceguíes, treinta o cuarenta pesos, unas calzas otro tanto; una capa, cien pesos, y ciento y veinte; una espada, cuarenta o cincuenta, una cabeza de ajos, medio peso; a este respecto eran las otras cosas (es tanto un peso de oro como un castellano); Una mano de papel diez pesos. Yo di por poco más de media onza de azafrán dañado doce pesos. Muchas cosas había que decir de los crecidos precios a que se han vendido todas las cosas, y de lo poco en que era tenido el oro y la plata. La cosa llegó a que si uno debía a otro algo le daba de un pedazo de oro a bulto sin lo pesar, y aunque le diese al doble de lo que le debía no se le daba nada, y de casa en casa andan los que debían con un indio cargado de oro buscando a los acreedores para pagar lo que debían.³²

Sirve como ejemplo para visualizar lo inflado que estaban los precios el acuerdo al que llegó Pizarro con Pedro de Alvarado sobre la armada que había traído el segundo. Almagro pactó con Alvarado en la costa pagar 100,000 pesos por hombres y caballos con la intención de hacerse de un contingente tan necesario, pero también para deshacerse del intruso de la mejor manera posible. Una vez en la sierra Pizarro no tuvo ninguna duda en cumplir lo ofrecido y entregar a Alvarado lo pactado aun cuando se le aconsejó que la suma era muy alta y que la armada recién llegada no valía ni siquiera 50,000 pesos. En comparación debe considerarse que Nicolás de Federman en la sabana de Bogotá aceptó retirarse cuando Jiménez de Quezada le ofreció 10,000 pesos de oro.

El destino del tesoro

Una vez repartidos los tesoros andinos entre los conquistadores y la corona, es interesante saber cuál fue el destino de ellos. Lo más trivial fue sin duda jugar lo ganado en una o varias

³². -Jerez, Francisco. Op. cit. p.111. Pedro San Millán vendió un caballo por 3000 pesos lo que se considera como uno de los precios más altos pagados por un equino en esos días. Ver: Lockhart, James. The men of Cajamarca. Texas University Press. Austin, 198 p. 283.

partidas de azar, y lo más lamentable para España fue gastarlo en las guerras de religión y dinásticas, pero entre un extremo y el otro están todos los casos de inversiones grandes y pequeñas en empresas americanas y europeas.

De los 168 europeos que participaron en Cajamarca en la captura del Inca, 36 eran extremeños y estos, por su cercanía a los Pizarro fueron más propensos a quedarse en los nuevos territorios, mientras que muchos de aquellos que eran de otras regiones, prefirieron regresar a la península con las riquezas obtenidas u optaron por emprender nuevas empresas de descubrimiento.³³ Sin embargo regresar a España no era cosa fácil ya que las circunstancias hicieron imperativo que Pizarro no concediese el permiso de retorno excepto a los viejos o heridos.

Para los hombres que participaron en el reparto del rescate del Inca, éste fue un momento decisivo en sus vidas dividiéndolas en un "antes" y un "después" de Cajamarca. Se encontraron de un momento a otro con ingentes cantidades de dinero y sin nada que los atase al suelo. Todo lo que poseían era transportable. Los posibles honores poderes y control de hombres eran asuntos del futuro. Del otro lado de la balanza estaba el hecho que solo la presencia de europeos en cantidad suficiente podría hacer posible el dominio del territorio y su puesta al servicio de la corona española.³⁴

Un primer contingente de 22 o 23 personas fue autorizado a dejar el Perú en julio de 1533 acompañando a Hernando Pizarro en su viaje a España con el adelanto del quinto que se decidió enviar al Emperador y al cual ya se ha hecho referencia. Poco después, en agosto salió rumbo a España otro grupo de hombres. Todo estaba bien pensado ya que los que regresaban con sus tesoros sirvieron mejor

que nada para atraer nuevos hombres al Perú. Un año más tarde Pizarro dio una licencia general para quienes quisieran regresar a la Península. El momento era propicio. De un lado ya había suficiente contingente humano llegado en pos de los tesoros, y del otro los primeros conquistadores reclamaban encomiendas y honores que se hacían difíciles de satisfacer lo que creaba una tensión que iba en aumento. Así, por un motivo u otro, de los 168 hombres que participaron en la captura del Inca en Cajamarca, regresaron a España 65 de ellos entre 1533 y 1535.

Sin duda la forma más irracional de emplear la fortuna recién ganada fue jugarla a los naipes como fue el caso de Mancio Sierra de Leguizamo quién una noche perdió el disco solar que le tocó en el reparto del Cusco. En su testamento el conquistador dice: "Yo hube la figura del sol que tenían hecha de oro los Incas, en la casa del Sol, que agora es convento del Señor Santo Domingo, que me parece que valdría hasta dos mil pesos de oro." Lockhart asegura que lo del disco del sol fue una mentira de Sierra de Leguizamo, pero, por sobre la fidelidad del relato está el hecho que los juegos de azar eran práctica corriente en esos días de grandes riquezas.³⁵

Entre los que regresaron a España a disfrutar de su botín está el cronista Francisco de Jerez, quien volvió a casa tan pronto se repartió el rescate, llegando a la península el 3 de junio de 1534. En los versos dirigidos al Emperador, con los que termina su obra, Jerez explica los padecimientos del conquistador, el aporte que estos hombres hicieron a España, y lo justificado de su retorno.

Entre los muchos que han ido

(hablo de los que han tornado)

Ser éste el más señalado, Porque he visto

³³. - Varón Gabai, Rafael y Auke Pieter Jacobs. Los dueños del Perú. Negocios e inversiones de los Pizarro en el siglo XVI. Histórica N° 13. Lima, 1989. p.200.

³⁴. - Lockhart, James ob. cit. Trata sobre estos aspectos especialmente en el tercer capítulo: After The Event. Life patterns of repatriates and settlers.

³⁵. - Gutiérrez, José Rosendo. Mancio Sierra de Leguizamo. Revista Peruana. Tomo II, Entrega I. Lima, mayo 15 de 1879. p.30. Lockhart llama a Sierra de Leguizamo "the most prominent old liar". Op. cit p.469.

que ha venido,
Sin tener cargo, cargado;
Y metió en esta colmena,
De la flor blanca muy buena,
Ciento y diez arrobas buenas,
En nueve cajas bien llenas.
Ha veinte años que está allá,
Los diez y nueve en pobreza,
Y en uno cuanta riqueza
Ha ganado y trae acá.
Ganó con gran fortaleza;
Peleando y trabajando,
No durmiendo, más velando,
Con mal comer y beber:
Ver si merece tener
Lo que ansi ganó burlando."³⁶

Portada de Verdadera Relación de la conquista del Perú, de Francisco de Jerez (1534).

Hernando de Soto recibió el tercer monto más grande del reparto después de Francisco y Hernando Pizarro. En total le tocaron 17,740 pesos de oro y 724 marcos de plata. Soto no dudó un momento en permanecer en el Perú porque esperaba tener una destacada actuación dirigiendo en un futuro descubrimiento. Trató de convencer a Diego de Almagro que lo dejase ir como General a la conquista de Chile, incluso parece que le llegó a ofrecer 200,000 pesos por que le encargase la expedición. Al no lograr sus objetivos y darse cuenta que en el Perú solo podría ser un subordinado de los Pizarro, pasó por Lima en agosto de 1535 y se embarcó a España. Llegado a la corte empleo los 100,000 pesos que llevó de regreso, o parte de ellos, para conseguir el permiso para conquistar la Florida, y la gobernación de Cuba, así como

su tan deseado título de Adelantado, y su incorporación a la orden de Santiago. Lockhart dice claramente que "sin su fortuna peruana no hubiese nunca podido negociar sus títulos ni financiar la expedición a la Florida.

Otros hubo que no supieron jugar sus cartas tan bien como Soto y terminaron mal. Pedro Sancho de la Hoz, el cronista citado ya varias veces fue uno de ellos. En 1536 estaba de regreso en Sevilla y era considerado hombre rico. Casó allí con una dama supuestamente noble, doña Guiomar de Aragón y formó parte del Consejo Municipal de Sevilla, pero sus grandes gastos lo dejaron próximo a la pobreza y en 1539 regresó al Perú ofreciendo armas y dos buques a cambio de la capitanía de las tierras al sur del estrecho de Magallanes. Reducido a prisión por deudas terminó como subordinado de Valdivia después de haber sido su socio. En el 1547, luego de salvarse en varias oportunidades de acusaciones de conspiración contra Valdivia, fue degollado por una nueva traición contra su jefe.

Los que se quedaron en el Perú cuando partieron los primeros hombres autorizados a regresar a España, buscaron la forma de enviar algunos dineros a sus familias por intermedio de amigos de confianza. El procedimiento utilizado para estos envíos está bien explicado en la carta que Gaspar de Marquina, también llamado Gaspar de Garate, le escribió a su padre desde Cajamarca el 20 de julio de 1533 informándole los acontecimientos vividos durante la captura del Inca, y lamentando no haber podido enviarle nada con anterioridad por no haber tenido que enviar.

Dice en ella que en los seis meses anteriores Dios le ha querido dar más de lo que merecía, y "que hoy día de la fecha tengo tres mil ducados largos" por lo cual aprovechando el viaje de Pedro de Anadel:

... allá envío a vuestra merced 213 castellanos de buen oro en una barra con una persona honrada de San Sebastián; en Sevilla la hará

³⁶. - Jerez, Francisco. Ob. cit. p.121,122.

moneda y se lo llevará, y más le enviara a vuestra merced, sino que lleva muchos dineros de otras personas y no pudo llevar más...³⁷

En nota separada a Pedro de Anadel, Marquina le pide que en caso hubiesen ya fallecido sus padres, entregue los 213 castellanos a unos tíos suyos para que con cien pesos "haga bien por las animas de sus padres" y el saldo de 113 pesos los repartan entre sus hermanos y parientes.³⁸

El segoviano Pedro San Millán, de familia de mercaderes, estuvo constantemente cargado de deudas pues era "en extremo gastador" y perdió prácticamente todo lo que le había tocado en el reparto. Aliado con Almagro recuperó algo de su fortuna y la despilfarro en banquetes y otros gastos superfluos. Con el triunfo de los Pizarro quedó nuevamente en la ruina y su resentimiento lo llevó a ser uno de los participantes en la muerte del Marques.³⁹

Varón y Jacobs han estudiado el manejo que hizo Hernando Pizarro de la fortuna de la familia.⁴⁰ Con la muerte de Juan, Francisco y Gonzalo, y el posterior matrimonio de Hernando con su sobrina Francisca, hija del Gobernador, toda la riqueza de los Pizarro se concentró en sus manos. De esa manera, actuando en forma unificada remitieron buena parte de sus ganancias a Trujillo y otros lugares cercanos, donde compraron tierras de cultivo y de pastoreo. Se hicieron además de propiedades urbanas, y prestaron dinero a los campesinos y pobladores urbanos para crear así un clientelaje que resultó en un vínculo permanente.⁴¹

La corona, de otro lado, ideó la forma de poder hacerse de las riquezas traídas de indias ya que los quintos no le eran suficientes para sus necesidades cada vez mayores. El tesoro peruano le dio la ilusión a Carlos V que podría



Casa de los Pizarro en Trujillo, Extremadura.

³⁷. - Lockhart, James. ob. cit. p.462.

³⁸. -Ibid

³⁹. -Lockhart, James. Ob. cit. p.284. En una nota al pié de página anota Lockhart que Pedro San Millán había contraído una deuda de 900 pesos con Pedro de León. Parte de los datos los toma Lockhart del cronista Pedro Cieza de León.

⁴⁰. -Varón y Jacobs, Op. cit.

⁴¹. - Ibid.

pagar las deudas contraídas con anterioridad y poder afianzar su posición imperial a la vez que luchaba contra la reforma protestante, pero los gastos resultaban siempre mayores que los ingresos y se decidió por la confiscación de los tesoros que llegaban de Indias entregando a sus dueños Juros Perpetuos que pagaban un interés de 3 1/3% mientras que los prestamos hechos a la corona por los banqueros Welser llevaban una tasa de 9% y los Fugger aceptaron cobrar una tasa de 6 1/4%.⁴² Esta confiscación forzosa fue mal recibida, pero para quienes las entradas de oro fueron constantes, como los Pizarro por ejemplo, los Juros fueron una de las formas normales de inversión, y significaban un renta importante. En todo caso parece ser que la política de confiscaciones hecha por la Corona daba anualidades altamente deseables por muchos de los receptores de Juros.¿

El cambio en la economía

Esa época en que se jugaban a los dados los tesoros del templo del sol y se herraban los caballos con plata como hizo Hernando Pizarro en viaje a Pachacamac, terminó pronto. Los españoles que optaron por quedarse en el Perú, se comenzaron a asentar en lo que se dirigía a ser una economía diversificada y autosuficiente, cuasi medieval, basada en el trabajo de la tierra y la cría de ganado que hubiese podido alcanzar lentamente un equilibrio, pero acontecimientos inesperados hicieron que el Perú se convirtiese a una economía extractiva, moderna, basada en la minería de plata y su exportación.

Una serie de descubrimientos coincidentes en la década de 1540 hicieron cambiar las expectativas de los europeos en el Nuevo Mundo. En 1545 se descubrió en Las Charcas la rica mina de plata de Potosí, cuya fama y producción hizo que Carlos V no dudase en otorgarle, a la ciudad que creció a su alrededor, el título de Villa Imperial. Al año siguiente encontraron una mina rival, aunque no tan rica en Zacatecas, Nueva España. Estaba terminado el ciclo del oro y se iniciaba el de la plata.

Los lavaderos de oro de las yungas fluviales, especialmente en el actual Ecuador y en Colombia, más algunas minas en las estribaciones de los Andes orientales peruanos en Chachapoyas y Huánuco, siguieron produciendo gran parte de la riqueza minera, y hasta 1548 el valor del oro extraído equivalía al 98% de los metales preciosos del reino, pero a partir de 1549 este se redujo hasta llegar, en poco tiempo, a sólo el 15% del valor de la producción total, destacando, a partir de entonces la plata como metal de tesaurización.

Los ingresos de plata no pudieron haber sido más oportunos para la corona española, ya que si hasta 1544 las minas argentíferas alemanas, pertenecientes a los Habsburgos habían producido el cuádruple de todo ese metal llegado de América, en el período que va entre 1544 y 1550 la producción de estas había escaseado considerablemente, disminuyendo el volumen de plata que entraba al mercado europeo, lo cual, sumado a los volúmenes de oro transahariano llevado por los portugueses y el oro de América que transportaban los españoles, proveniente de lavaderos, templos y tumbas, hizo que la relación oro-plata descendiera hasta llegar a 1:10 o 1:11, elevándose así el valor relativo de la plata frente al oro.

Una plata cara hizo entonces que se justificasen largamente los esfuerzos hechos en América para explotar los yacimientos y que se pagasen los altos fletes impuestos por la distancia entre los dos continentes. Las autoridades, por su parte, no dudaron en dar todas las facilidades para que se trabajase en los ricos filones de plata peruana.

La plata, sin embargo, no era tan fácil de extraer como el oro, y fue necesario formar empresas para este fin. Inicialmente los propietarios españoles de las minas se contentaban con entregar las vetas a especialistas indios que utilizaban sus técnicas de cateo y fundición, y eran asistidos por mano de obra muchas veces alquilada, pero por lo general relacionada al

⁴². - *Ibíd.*



**Cerro Rico de Potosí.
La mina de plata más rica del mundo**

entorno familiar. Así, esos mineros andinos producían las barras de plata fundiendo el metal en sus hornillos de cerámica con agujeros que llamaban "guairas", palabra que en quechua significa "viento", que alimentaban con "ichu" o pasto de las punas, con los líquenes de la región, la yareta, y con estiércol de llamas. Estas guairas eran colocadas en la parte alta, entre los cerros, para aprovechar que los ventisqueros sirviesen de sopletes.

Mientras se extrajeron los minerales de alta ley, el sistema tradicional andino de las guairas funcionó muy bien, pero al poco tiempo la ley de los minerales había descendido de 30 marcos por cajón a tres marcos por cajón, lo cual, sin importar en este caso los equivalentes de pureza ni ponderales, nos hace notar su tremenda disminución. De otro lado la caída demográfica sufrida en los Andes, cuya población para 1570 había quedado reducida ya a la mitad de la existente al momento de la invasión europea, suponía también un problema grave para la producción minera puesto que los sobrevivientes preferían dedicarse a su actividad tradicional, la agricultura.

Aunque la agricultura fue postergada en las regiones mineras de las Indias, esta no fue totalmente abandonada por los españoles.

En el Perú no hubo productos agrícolas que por su valor justificasen los fletes y por sus características resistiese el transporte, como las materias tintóreas de Centro América y México, por ejemplo, pero a medida que las ciudades y los centros mineros fueron creciendo, requirieron cada vez más de los campos circundantes o alejados para alimentar a sus poblaciones. El caso de Potosí es especialmente interesante ya que en 1611 llegó a albergar unas 150,000 personas, equiparándose y superando en muchos casos a las grandes metrópolis europeas.⁴³

Al inicio de la ocupación española la Corona apoyó el cultivo de la vid, del olivo y del trigo en América, pero no demoró en cambiar de política respecto a los dos primeros productos porque se hizo patente que las industrias de vino y aceite locales significaban una dura competencia a sus equivalentes peninsulares. La producción y el tráfico interno pudieron, sin embargo, continuar especialmente por el Pacífico, entre los virreinos del Perú y de Nueva España, a pesar de las prohibiciones y de los controles.

Al tiempo que se enfrentaban los mineros a la realidad de los minerales menos ricos y la dificultad en el reclutamiento de mano de obra, un metalurgista traído de México, Pedro Hernández de Velasco, logró aplicar en el Perú el sistema de amalgama con mercurio para conseguir una más eficiente extracción de la plata.

Luego de unos resultados positivos conseguidos en Huamanga en 1572, se abocó Hernández de Velasco a adaptar el sistema a las condiciones del altiplano, logrando dos años más tarde implementarlo definitivamente. El sistema consistía en mezclar una cantidad de mercurio traído de las minas de Huancavelica en el Perú, de Almadén en España o de Idria en Eslovenia, con mineral de plata pulverizado en molinos de agua y agregarle sal y limaduras de hierro y plomo. La mezcla se dejaba descansar

⁴³.-Varón, Rafael. Minería colonial peruana: Un ejemplo de integración al sistema económico mundial. Historia y Cultura. Revista del Museo Nacional de Historia. Lima, 1978. N° 11.

un tiempo y luego se procedía a lavar los barros, quedado solo el mineral amalgamado con el mercurio, el cual se separaba por medio de evaporación.

Cada día se hizo más notoria la falta de mano de obra que trabajando en el frente de la mina pudiese abastecer los requerimientos de los molinos de la ribera y de los patios de amalgama, y esto impulsó al virrey Francisco de Toledo a introducir un sistema de trabajo forzado a la población andina, la "Mita", argumentando que este había sido el sistema empleado en el estado Inca. La mita española en realidad no tenía otra relación con la mita andina que el nombre puesto que, aunque ambas implicaban un trabajo por turnos, en tiempos prehispánicos la mita había consistido un trabajo de participación voluntario que realizaban los miembros de un Ayllu por su comunidad, sus jefes y sus dioses, mientras que en la mita española el trabajo era forzado y realizado solo para el beneficio del colono español.

En 1572 se estableció la Casa de Moneda de Potosí como resultado del traslado que se hizo de la de Lima que había sido fundada en 1568 pero que resultó ineficiente entre otras razones por no contar con las pastas de plata suficientes. Los minerales de la mina de Potosí inicialmente habían sido transportados hasta la costa en forma de barras para despacharlos a la metrópoli por la ruta de Panamá, pero con el establecimiento de la ceca se empezaron a acuñar monedas localmente con parte de esas barras, lo que facilitaba su envío a la península, además, que las autoridades cobraban añadido al Quinto Real y otros derechos propios de la extracción y fundición de metales, el real de señoreaje que se pagaba por cada marco de plata acuñado, y que correspondía al Soberano por dar su autorización para acuñar monedas.

Los vinos y el aceite no fueron las únicas empresas que se instalaron en el virreinato. En la costa y la sierra se desarrollaron obrajes textiles que, usando algodón los primeros y lanas los segundos, pudieron surtir de telas a



Fachada de la nueva ceca de Potosí. (foto del autor)

todo el reino, resultando ser una alternativa barata a los paños de Francia y Flandes. Estos obrajes llegaron a producir tejidos de excelente calidad aun cuando su desarrollo fue también limitado para evitar la competencia con las importaciones.

En el puerto de Guayaquil, al norte del virreinato, se desarrolló un importante centro de construcciones navales que utilizó las maderas de la región para con ellas construir los cascos, castillos y mástiles de los navíos. De Santa Elena se llevaba la brea para calafatear las embarcaciones y con las telas de los obrajes de Quito se producían las velas. Estos astilleros permitieron la articulación comercial entre los puertos del Pacífico, teniendo como centro a Panamá.

Comenzaron estas notas en Panamá con Panquiaco informando a Pizarro sobre las riquezas del Perú, y terminan en Panamá pues era allí donde se producían los intercambios comerciales entre el virreinato peruano y España. Los metales llevados de Lima, Potosí y otros puntos del territorio desembarcaban en Panamá y eran transportados hasta Portobelo al otro lado del istmo, lugar célebre por sus ferias. Allí, en la costa del Caribe peruanos y peninsulares intercambiaban sus cargas, y luego, mientras que los españoles regresaban a Europa con algo de oro y mucha plata, los comerciantes peruanos volvían portando ruanes y tafetanes, clavos y perfumes y muchos otros productos, sabiendo desde ya, que podrían venderlos a buenos precios.



Turismo cultural y desarrollo local en el distrito de Pacarán, provincia de Cañete, región Lima, 2019. ■■



Por: Mg. Daniel Soto Correa, docente investigador del Instituto de Estudios Turísticos de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía



El título del presente artículo es el mismo de la tesis elaborada por quien escribe estas líneas para obtener el grado académico de Maestro en Gestión Cultural, Patrimonio y Turismo por la Universidad de San Martín de Porres.



El interés por el intercambio y el conocimiento de la riqueza histórica y cultural del territorio ha promovido en las comunidades del país a desplegar esfuerzos en la actividad del turismo como herramienta para contribuir con el desarrollo local de las provincias y distritos. Sin embargo, el problema de la gestión turística pasa por la capacidad de planificación y ejecución de acciones en las cuales se encuentran involucrados, tanto el sector público como el sector privado.

El objetivo de la investigación en el distrito de Pacarán, provincia de Cañete, en la región Lima fue analizar diversos factores con el fin de proponer un plan de gestión de turismo cultural que contribuya al desarrollo local en el distrito. A través del método exploratorio, con la búsqueda de información se logró conocer los recursos potenciales de desarrollo turístico realizando visitas de observación y entrevistas a actores involucrados con actividades productivas, se diagnosticó la gestión turística con expertos sobre quienes se obtuvieron ideas generales del uso de los recursos, los niveles de involucramiento, participación y asociatividad para promover la actividad turística en la zona. Los resultados condujeron a la elaboración de la propuesta basada en el desarrollo enológico del territorio, y enfatiza en mejorar aquellos aspectos de planta turística y desarrollo de capacidades para el desarrollo local a través del turismo.

La presente investigación hace hincapié en el estudio del turismo cultural como una alternativa complementaria para el desarrollo local en el distrito de Pacarán, lo cual sería posible teniendo un instrumento de gestión que guíe la optimización de la oferta turística, y promueva a la vez el desarrollo social, económico y ambiental de la localidad.

Para que la propuesta de un plan de desarrollo turístico para Pacarán sea viable, ha sido necesaria una exploración tanto documental como de campo que permita determinar el potencial turístico cultural de la zona, considerando los recursos culturales, factores del mercado, como la oferta de servicios, la infraestructura disponible, así como la identificación de aquellos actores cuyo trabajo ha sido determinante para caracterizar cómo se ha estado llevando a cabo la actividad turística en Pacarán.

La metodología empleada para el estudio ha sido de tipo cualitativa, a partir de la información primaria y secundaria recolectada con instrumentos como la revisión documental de estudios previos en la zona, la inmersión del investigador realizada durante la observación

de campo, en la cual se pudo dar cuenta de la influencia de la actividad vitivinícola y su valor para potenciar la oferta turística.

Durante la investigación se realizaron entrevistas a diversas autoridades, empresarios, integrantes de tres asociaciones turísticas, dos de ellas creadas por el Centro de Viajes y Turismo de la EPTHG-URP, representantes de la academia y la empresa privada, con el fin de conocer iniciativas en el plano turístico y desde estos sectores, promover un diálogo para acordar propuestas encaminadas al desarrollo local y potencial asociatividad a favor del destino, encontrando importantes hallazgos que permitieron plasmar una propuesta, basada en las características y necesidades desde la comunidad local.

En el desarrollo de la presente tesis se encontrará la descripción de la situación a través de la cual se ahonda la problemática hallada en la zona de intervención, a partir de la cual se ha formulado el problema a través de preguntas de investigación. Esta descripción introduce a objetivos, determina la importancia y la viabilidad de la investigación, además de considerar las limitaciones del estudio planteado.

El capítulo I está conformado por los antecedentes nacionales e internacionales de la investigación, las bases teóricas sobre las cuales ha progresado el estudio y la definición de términos utilizados para la comprensión de la investigación, mientras que el capítulo II contiene los detalles de enfoque en el cual se abordó el estudio, el diseño y la muestra sobre la que se aplicó la investigación, las descripciones de las técnicas utilizadas tanto para la recolección como el análisis de la información, además de los aspectos éticos aplicados a la investigación.

El capítulo III, consolida los hallazgos de la investigación y el capítulo IV conforma el análisis y discusión de los mismos. En el capítulo V se desarrolla la propuesta del plan de desarrollo turístico local (PDTL) del distrito de Pacarán, que es el objetivo de la tesis, para finalmente presentar las conclusiones y

recomendaciones de la investigación llevada a cabo.

Descripción de la situación problemática

El disfrute de las expresiones culturales es el derecho que tienen todas las personas de acceder a distintas actividades, entre ellas el turismo. Es importante tener en cuenta los objetivos del estado peruano en materia turística que mencionan la necesidad de hacer del turismo una actividad sostenible, inclusiva, ambientalmente responsable y competitiva. Una de las estrategias planteadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) para la consecución de las características mencionadas es buscar la mejora continua y desarrollo de nuevos productos y formas de turismo que promuevan la diversificación del producto turístico peruano.

Pacarán es uno de los 16 distritos de la provincia de Cañete de la región Lima, situado a 180 km de Lima; el lugar data de la época pre inca, conocido como Paccamarca. Con la conquista del Perú, los religiosos de la Orden Franciscana llevaron a cabo la fundación española de Pacarán en el año 1558. Durante la época republicana fue uno de los distritos que se crearon mediante Decreto Supremo del 04 de agosto de 1821, hecho que fue ratificado mediante Ley N° 12301 del 03 de mayo de 1955.

Se encuentra ubicado en la cuenca baja del río Cañete, uno de los ríos más limpios de la región Lima el cual discurre por la totalidad de su territorio y lo parte en dos, constituyéndose en el alma del valle. Cuenta con un magnífico acceso a su territorio a través de una carretera de dos carriles totalmente asfaltada y debidamente señalizada.

Este distrito constituye un repositorio de importantes valores histórico patrimoniales expresados en la arquitectura propia de la época colonial representada por su casco antiguo, donde se ubica la plaza de armas y la Iglesia San Francisco de Asís y el pasado prehispánico expresado en los sitios



arqueológicos de Huaca Daris, San Marcos, Huaguil, el Sub Tramo de San Juanito-Larpa y de Campanahuasi-Cruz Blanca (tramos del Camino Inca) y Jacayita Sector 1 y 2, todos ellos asociados a un camino prehispánico que antaño se dirigía al valle del Mantaro. Sin embargo, a pesar de haber sido declarados Patrimonio Cultural de la Nación por el Instituto Nacional de Cultura-INC y el Ministerio de Cultura estos bienes patrimoniales no han merecido el interés de las autoridades y población en general, lucen descuidados y son poco difundidos. Es lamentable que, a pesar de los años transcurridos, no se han efectuado los esfuerzos necesarios para ponerlos en valor y convertirlos en atractivos turísticos de singular jerarquía que beneficien social y económicamente a la población,

En el aspecto social, Pacarán cuenta con un arraigado sentido de comunidad y pertenencia, posee valores culturales expresados en su música, danza, platos típicos, expresiones que se ponen de manifiesto durante el desarrollo de las fiestas tradicionales de su calendario festivo, fortaleza infelizmente desaprovechada por la población para crear prosperidad y

riqueza. Destacan también los cultivos de maíz, frijoles, paltas, manzanas, mangos, pacaes, granadas, ciruelas y membrillos, los que se ven beneficiados por las aguas del río Cañete, su clima soleado la mayor parte del año, la fertilidad de sus campos, sus festividades y la cordialidad de su gente, expresiones que también constituyen parte los atributos que ofrece Pacarán.

De otro lado, desde antaño, Pacarán tiene producción artesanal de pisco y vino, sin embargo, se encuentra pendiente la tecnificación de su producción vitivinícola. En la localidad predomina el cultivo de la cepa híbrida “uvina” ya que esta región cuenta con un clima privilegiado para su cultivo. Este producto es empleado generalmente para la elaboración de piscos.

A pesar de contar con las potencialidades arriba reseñadas, el Mapa de la Pobreza del Departamento de Lima elaborado por el Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES), describe que, en este distrito existe un índice de carencias de 30% de población sin agua, 32% sin desagüe; 22%





Crapulca de chanca



Picante de camarones



Sopa seca de gallina



Tamales de chancho



Mazamorra de uva



Humitas



Conserva de tomates



Empanada de 4 camarones



Chupe de camarones

sin electricidad, con una tasa de analfabetismo del 8%, y con niños de 0 a 12 con un 24% de tasa de desnutrición. De igual forma, el censo de Vivienda del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2007), indica que entre los distritos con menor población y desarrollo se encuentra Pacarán, en la provincia de Cañete, en la jurisdicción de la región de Lima.

Los gobiernos local, provincial y regional no han efectuado esfuerzos en registrar estadísticamente el movimiento de las llegadas de visitantes y turistas, lo cual impide cuantificar el aporte económico que la actividad turística brinda, motivada por el gasto turístico. No se cuenta con oficinas, personal y presupuesto destinado para ocuparse del fomento y la promoción del turismo; el inventario de recursos turísticos es incompleto y no se han formulado estudios para un plan de desarrollo turístico que incluya capacitación a los servidores de establecimientos de hospedaje y restaurantes. A estos problemas se suma la falta de guías oficiales de turismo y orientadores turísticos.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

- Proponer un plan de gestión de turismo cultural que contribuya al desarrollo local en el distrito de Pacarán, provincia de Cañete en la región Lima.

Objetivos específicos

- Describir los recursos de patrimonio cultural material con potencial para el desarrollo local en el distrito de Pacarán, provincia de Cañete, región Lima.

- Identificar los recursos de patrimonio cultural inmaterial con potencial para el desarrollo local en el distrito de Pacarán, provincia de Cañete, región Lima.

- Analizar el nivel de involucramiento de la población y autoridades del distrito de Pacarán, provincia de Cañete, región Lima, para el desarrollo local.

- Analizar las posibilidades de gestión de los recursos turísticos como potenciales activos para el desarrollo local del distrito de Pacarán.

Importancia de la investigación

A través de la investigación se deja establecida una descripción y organización de recursos para el turismo cultural y las posibilidades para que se establezca una propuesta de gestión turística para el distrito de Pacarán, que contribuya con la preservación de los elementos que coadyuvan al desarrollo local, cuidando de asegurar el aspecto económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente.

La relevancia de su formulación permite justificar cómo sus resultados constituyen la propuesta de una serie de actividades en una guía maestra que permitirá que el distrito de Pacarán se encamine por una senda del desarrollo local sostenible, que lo saque de la postración en que ac-

tualmente se encuentra y constituya un ejemplo a ser replicado en otros pueblos ribereños de la cuenca del río Cañete.

El estudio explora la modalidad de movilización comunal para el desarrollo turístico, hecho participativo que permite que los beneficios del turismo cultural, brinde apoyo socioeconómico tangible para los pobladores del distrito de Pacarán.

Gestión turística local

El Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL) es un instrumento de gestión cuya finalidad es desarrollar el potencial turístico, social y económico de una localidad. A través de él se evalúa el potencial turístico de la zona, así mismo se establecen acciones de mejora en el corto o largo plazo, considerando factores del mercado, como la oferta y la demanda. Contiene actividades planificadas y proyectos que van a permitir desarrollar el potencial turístico de la zona, establece objetivos y estrategias en base del diagnóstico realizado en la localidad, identifica y establece las funciones de los actores en el sector público y privado que tendrán intervención en el plan. Dicho documento sigue las pautas señaladas en la guía para su elaboración implementada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

El Plan de Desarrollo Turístico Local de Pacarán constituye un gran aporte al desarrollo de la investigación y ha sido elaborado bajo la nueva Guía Metodológica para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL), documento del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo publicado en el 2020, la cual sigue un patrón de formulación basado en el desarrollo territorial y en coherencia con las políticas y planes públicos en materia sectorial.

Con respecto de su normativa, el marco jurídico del Plan de Desarrollo Turístico Local se encuentra sostenido por el artículo 1 de la Ley N°29408, Ley General del Turismo, que declara que la actividad es de interés nacional y la elaboración de su política es prioritaria

para el Estado y el desarrollo del país; asimismo, indica que los ministerios, gobiernos regionales, gobiernos locales, y las entidades públicas vinculadas a las necesidades de infraestructura y servicios para el desarrollo sostenible de la actividad turística deben considerar en sus planes, presupuestos, proyectos y acciones, los requerimientos del sector turismo formulados por el ente rector de esta actividad. Adicional a ello, los artículos 4 y 5 de la referida Ley señalan que corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo actualizar el Plan Nacional de Turismo, lo que se plasma a través de la Resolución Ministerial N°231-2016-MINCETUR que aprueba la actualización del PENTUR hacia el 2025 y establece la necesidad de articular entre los Planes Estratégicos Regionales de Turismo (PERTUR) y los Planes de Desarrollo Turístico Local (PDTL)

Para que estas directrices pueden tornarse en una realidad tangible, el PDTL Pacarán debe necesariamente basar su contenido en el conjunto de objetivos globales en sintonía con la Agenda 2030 de Naciones Unidas, incluidos los mecanismos de evaluación del alcance o contribución del proyecto a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Por todo lo expuesto, el presente plan guarda concordancia con lineamientos turísticos a nivel nacional adaptados a la realidad regional limeña y, en específico, al valle de Cañete donde se ubica Pacarán, esperando que sus herramientas de planificación sirvan para impulsar el turismo cultural en el distrito y así mejorar la economía de tantas familias que apuestan por esta actividad económica en su localidad.

Como complemento ideal de esta suma de objetivos se deberá también propiciar el nacimiento de la Organización de Gestión del Destino Pacarán-OGD Pacarán, ente articulador público-privado que debe velar por la consecución de los objetivos planteados en el presente documento, en clara coincidencia de pareceres con lo señalado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el documento

“Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las Organizaciones de Gestión de Destinos (OGD), preparando las OGD de cara a los nuevos retos”.



Figura 2 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Fuente: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

En resumen, el presente documento busca ser una guía de acciones y proyectos encaminados a potenciar el turismo cultural en el distrito de Pacarán, salvaguardando su patrimonio y permitiendo que más visitantes disfruten de la naturaleza y su riqueza cultural.

Recomendación y propuesta

Es posible que esta investigación pueda replicarse o ser antecedente de investigaciones en escenarios con territorios similares, sobre todo aquellas geografías con aproximación a las cuencas, en específico a la del río Cañete, dado que es un espacio en donde la gestión de rutas turísticas tiene una gran potencialidad ya que no sólo destaca la producción vitivinícola de los valles, sino también la riqueza cultural y paisajística que brinda.

En base a los hallazgos obtenidos en los resultados de la presente investigación se configuraron 3 propuestas para promover el desarrollo local con base en el turismo cultural en Pacarán:

1. Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL)
2. Creación de la Casa de la Cultura de Pacarán
3. Creación de la Organización de Gestión de Destino Pacarán-OGD PACARÁN.

Hasta aquí la síntesis de la investigación desarrollada por quien escribe estas líneas para optar por el grado académico de maestro en Gestión Cultural, Patrimonio y Turismo por la Universidad de San Martín de Porres, contenida en 544 páginas.

Dato para brindar un servicio profesional que impacte en su comensal ■■

Por: Mg. Juan José Vásquez Pittman, docente de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía



Una de las habilidades que caracteriza a un mesero profesional y experimentado es la aplicación de **la técnica del plateo**: es decir, la acción de transportar tres platos y colocar uno por uno sobre la mesa frente a cada comensal según lo que ordenó. Además de la pericia, elegancia y el conocimiento del protocolo que el mesero debe demostrar al momento de realizar el plateo existe una norma sanitaria que el restaurante debe respetar y el comensal exigir.

La vajilla o platos que se utilizan para el servicio de la comida caliente, además de limpios y desinfectados, deben conservarse a una temperatura no menor de 80°C antes y durante su uso, y los platos o vajilla que se utilizan para el servicio de comida fría deben conservarse a no más de 20°C antes y durante su uso. El arroz con mariscos, al ser comida caliente, se servirá en un plato a una temperatura no menor de 80°C y el ceviche, al ser comida fría, se servirá en un plato a una temperatura no mayor de 20°C.

Los cocineros de la línea de calientes, zona de la cocina donde se emplatan y despachan las comidas calientes, envuelven sus manos en toallas de papel para manipular los platos y evitar quemaduras. Los meseros a quienes sus comensales les ordenan un potaje caliente, irán a la cocina con su andarín o paño de servicio el cual utilizarán para coger el plato de la línea y colocarlo sobre el azafate. Luego en el salón lo utilizarán para coger el plato y servir al comensal.

Estas acciones, a menudo, no las vemos ni en restaurantes de primera categoría. Por otro lado, los comensales tampoco lo exigen, presumo que por desconocimiento.

Trabajé con un chef que mantenía los platos dentro del horno. En los cruceros Costa las tazas se mantienen sumergidas en agua caliente. Existen artefactos eléctricos para calentar platos, con o sin ellos la norma se cumple. El profesionalismo va más allá de las categorías. Todos merecemos un servicio profesional y responsable.

Capacite a su personal e instruya a sus meseros para que cuando un comensal que desconozca la norma los cuestione acerca del porqué el plato quema si ya la comida humea de caliente, respondan: ***“Aquí le brindamos una saludable, deliciosa e inocua experiencia gastronómica. A partir de 80°C mueren las bacterias y de 20°C a menos se inhibe su reproducción.”***. Imagínese el impacto que causará en su comensal. No sólo lo apreciará, estoy seguro que lo divulgará.

Fuente: Reglamento de Sanidad del “Carnival Cruise Lines Restaurant Service Program”. Module Three. Environmental Awareness. USPH Regulations.



Crítica gastronómica en el Perú: ¿Por quién? ||

Por: Profesor Rodolfo Tafur Zevallos, colaborador de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía.



“No dejes que nadie defina tus límites, el único límite es tu alma.”
(Remy- Ratatouille-)

En la ciudad del Cusco conversaba sobre cocina peruana con un sacerdote español quien decía ser muy versado en cocina, supongo yo, en la de su país, y me hablaba de muchos platos, productos, costumbres y resumía su saber en una frase: “España tiene una gran cultura gastronómica”.

La charla siguió y no sé cómo abordamos un tema muy recurrente para un cocinero peruano y mucho más si es de origen provinciano: El tan delicioso cuy. El sacerdote me interrumpió y se “lanzó” en un monologo casi interminable sobre la “perversidad”, según él, de degustar tan delicioso roedor peruano y terminó su soliloquio con una pregunta: ¿“Ahora dime porque tengo que comer un cuy”? Mi respuesta fue una sola frase: “Porque lo comió Jesús, el hijo de Dios”. Claro está que luego tuve que explicarle quien fue el pintor cusqueño Marcos Zapata; donde se encuentra su

inmortal cuadro de la “Última Cena”, lienzo de la escuela cusqueña donde se ve a Jesús y sus apóstoles y en el centro de la mesa hay un cuy (asado, a mi modesto observar).

Con esta introducción, ¿qué les quiero decir estimados amigos?:

La cocina peruana para entenderla en su máxima plenitud debes saber primero, que no existe una definición sobre cocina peruana enclaustrada en determinados parámetros internacionales ya que nuestros platos no responden a normas o criterios extranjeros y a manera de ejemplo podemos citar platos que nace en estas tierras peruanas con un nombre antiestético como “Aeropuerto”, “Mostro y Mostrito”, etc.; demás esta explicar a qué potajes me refiero. ¡Pero que deliciosos son!

En un mercado huanuqueño muy concurrido, hay una sección de comida donde puedes encontrar a más de 80 comensales que cada 20 a 30 minutos se rotan para saborear un “ceviche con papa rellena”, esta forma y concepto cevichero sería juzgado por un crítico gastronómico - generalmente extranjero - como fruto de un cocinero extraviado o loco.

Conozco a muchos “entendidos” en cocina peruana donde su labor es juzgar al cocinero o Chef y nunca se fijan en el placer del comensal al degustar tan especial preparación. ¿Alguien puede criticar al “higadito con yuca”, aquel

que se come a la salida del estadio? Verdad, nuestra cocina es muy difícil de criticar ya que nadie se atrevería a juzgar “el cariño que se te brinda”, creo que es esta la frase que define a un plato peruano. Para censurar un plato peruano mira al comensal y si ves que tiene una muestra de placer o tal vez tranquilidad, entonces el “plato es excelente” y si no es de tu agrado, solo levántate y busca otro restaurante.

Cierro este tema con el pensamiento de Arturo Jiménez Borja (médico, escritor, folclorista y etnólogo peruano): “No había para los antiguos peruanos ninguna diferencia entre lo espiritual y lo material: alimentarse, gozar de la cocina o sumirse en el ensueño, era parte de una cadena mágica que tenía el mismo origen y el mismo fin”.



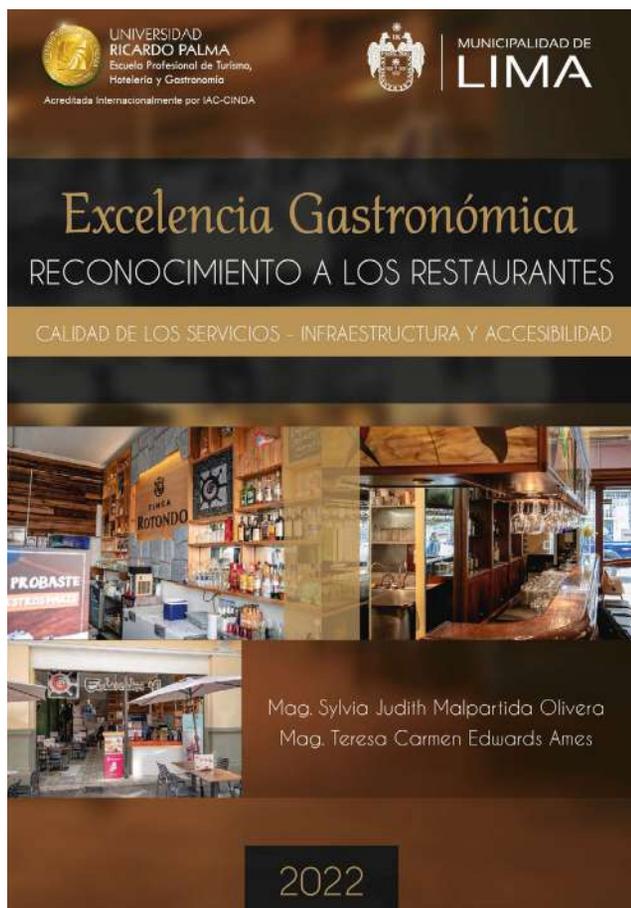
DOCUMENTOS

Fiel al compromiso asumido con nuestros lectores de difundir los conocimientos de nuestros docentes, investigadores y alumnos, incluimos en la presente edición de la revista Caminos la totalidad del contenido de la investigación, desarrollada por dos docentes y sus alumnos.

EL EDITOR

La calidad, infraestructura y accesibilidad son factores relevantes que toda empresa de servicio debe planificar y aplicar dentro de su organización para ofrecer un servicio óptimo al cliente y consecuentemente lograr su pronta fidelización. El presente estudio responde a una iniciativa municipal denominado **Excelencia Gastronómica. Reconocimiento a los Restaurantes. Calidad de los Servicios- Infraestructura y Accesibilidad**, tiene como finalidad posicionar a la ciudad de Lima como capital gastronómica de Latinoamérica a través de sus restaurantes con un marco de calidad sostenible.

De otro lado, la academia tiene un compromiso con la sociedad colaborando con las instituciones públicas y privadas, realizando trabajos en mutuo acuerdo con la finalidad de apoyar a la comunidad. En este contexto, dos asignaturas



de la carrera, **Calidad de Servicios Turísticos** del VIII semestre a cargo de la magíster Sylvia Malpartida Olivera y el curso de **Arquitectura, diseño y equipamiento hotelero** del IX semestre a cargo de la magíster Teresa Edwards Ames, realizaron un trabajo en conjunto con los estudiantes de ambas asignaturas y la subgerencia de Turismo de la Municipalidad Metropolitana de Lima.

La investigación en mención se desarrolló con un enfoque cuantitativo y técnicas de encuesta, observación y verificación de documentos para evaluar la calidad de servicio, infraestructura y accesibilidad en 44 restaurantes del Centro Histórico de Lima. Los resul-

tados obtenidos determinaron que los restaurantes evaluados en su mayoría cumplen con las normas y protocolos de servicio e infraestructura para atender a los clientes internos y externos. La conclusión que se establece en la investigación, es que los empresarios del rubro gastronómico están generando bases sólidas para una cultura de calidad.

El documento con los resultados del estudio fue entregado en ceremonia especial por las autoridades de la Universidad Ricardo Palma a la subgerente de Turismo de la Municipalidad de Lima Metropolitana, magíster María Paz Ramos Grimaldo, quien agradeció y felicitó por el trabajo académico haciendo entrega de una carta de reconocimiento dirigida al magíster Carlos Villena Lescano, director de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía, así como también a cada uno de los actores de la investigación.



Correspondió al doctor Félix Romero Sevilla, vicerrector Académico de la Universidad Ricardo Palma, hacer entrega de la investigación desarrollada por la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía.



Momentos en que la magíster Maria Paz Ramos, subgerente de Turismo de la Municipalidad Metropolitana de Lima recibe un ejemplar de la citada investigación.



De derecha a izquierda la magíster Teresa Edwards Ames, doctor Félix Romero Revilla, magíster Sylvia Malpartida Olivera, magister María Paz Ramos y el señor José Luis Lostanau Cama, jefe del equipo de competitividad e innovación de la Municipalidad Metropolitana de Lima.



Magnífico equipo de trabajo que ha desplegado sus conocimientos en el desarrollo de una investigación orientada a lograr el posicionamiento de la ciudad de Lima como la Capital Gastronómica de Latinoamérica y promover una oferta gastronómica de calidad, sostenible, inclusiva y segura que permita promocionar a los restaurantes del Centro Histórico como integrantes de la oferta turística de la ciudad.



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
"Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

Lima, 04 de Octubre del 2022

CARTA N° D000249-2022-MML-GDE-ST

Señor

CARLOS VILLENA LESCANO

Director de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

Presente. -

Asunto : Agradecimiento por su participación en el marco de la iniciativa municipal "Excelencia Gastronómica".

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted para saludarlo cordialmente, y a su vez, expresarle mi agradecimiento a nombre de la Subgerencia de Turismo de la Municipalidad Metropolitana de Lima, por su participación en la iniciativa municipal "Excelencia Gastronómica", el cual, bajo un proceso de evaluación integral desarrollado en un lapso de 5 meses, ha concluido con el reconocimiento a 20 mejores restaurantes y servicios afines que han destacado en la promoción de la excelencia en la gestión de sus negocios y la prestación de sus servicios.

Al respecto, valoramos su participación en la referida iniciativa en calidad de aliado, la misma que ha permitido desarrollar una herramienta sostenible y replicable para medir la calidad turística en negocios gastronómicos, contribuyendo con la competitividad turística y el posicionamiento de Lima como la capital gastronómica de Latinoamérica. Esta iniciativa ha logrado fortalecer a más de 40 restaurantes y afines del centro histórico de la ciudad, considerando aspectos de formalidad, sanidad, eco eficiencia, infraestructura, accesibilidad, calidad, identidad e innovación.

En el marco de la estrategia Lima Gastronómica, es de nuestro interés seguir contando con su valiosa participación en próximas iniciativas que beneficien a los emprendedores de la cadena de valor del turismo de Lima y continuar posicionando el sector gastronómico en el destino Lima.

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para expresarle las muestras de mi especial consideración y estima.

Atentamente,

Documento firmado digitalmente
MARIA PAZ RAMOS GRIMALDO
SUBGERENTA
SUBGERENCIA DE TURISMO-GDE



BICENTENARIO
PERU 2021

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en la Municipalidad Metropolitana de Lima, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web:
Url: <https://std.munlima.gob.pe:8181/validadorDocumental/> Clave: OCODCCD



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela Profesional de Turismo,
Hotelería y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



MUNICIPALIDAD DE
LIMA

Excelencia Gastronómica

RECONOCIMIENTO A LOS RESTAURANTES

CALIDAD DE LOS SERVICIOS - INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD



Mag. Sylvia Judith Malpartida Olivera
Mag. Teresa Carmen Edwards Ames

2022



**UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA**
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA

Dr. Iván Rodríguez Chávez
Rector

Dr. Félix Romero Revilla
Vicerrector Académico

Dr. José Martínez Llaque
Vicerrector de Investigación

Dr. Luis Ernesto Quineche Gil
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Mag. Carlos Villena Lescano
Director de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía

**EXCELENCIA GASTRONÓMICA
RECONOCIMIENTO A LOS RESTAURANTES
CALIDAD DE LOS SERVICIOS - INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD**

Mag. Sylvia Judith Malpartida Olivera

Mag. Teresa Carmen Edwards Ames

Coautores

Calidad de los Servicios Turísticos:

- Becerra Chávez, María del Rosario
- Caballero Molina, Marycielo Gimena
- Geldres Yika, Alejandra
- Heredia Valdivia, Loanna Grissell

- Iparraguirre Espejo, Jahssel Yoceth
- Sánchez Villalobos, Kony Anabel

Arquitectura, Diseño y Equipamiento Hotelero:

- Balbín Tafur, Sergio
- Flores Romero, Milagros
- Gálvez Rojas, Josy
- Guerrero Cespedes, Claudia
- Huamaní Ruiz, Xiomy
- Huaranca Caiguaraico, Óscar
- Lozano Núñez, Arianna
- Narciso Huaccho, Yuleissi
- Oropeza Ascarza, Francys
- Ortíz Pachas, Angela
- Rodríguez Espinoza, Cyane
- Rojas Ramírez, Fiorela
- Rolleri Tuesta, Jennifer
- Serván Córdova, Diego
- Surco Pacco, Annel
- Tenorio Alarcón, Cynthia
- Terán Cruz, María Laura
- Torres Quiroz, Frank
- Villafuerte Esteban, Omar
- Ynca Quispe, Rossangel

2022, Universidad Ricardo Palma
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía
Av. Benavides 5440, Lima 15001, Peru
Telf. 7080000



MUNICIPALIDAD DE
LIMA

Excelencia Gastronómica

Gestión Municipal 2019 - 2022

Alcaldes

Jorge Muñoz Wells

Miguel Romero Sotelo

Equipo técnico de la Municipalidad de Lima:

- ♦ Gerencia de Desarrollo Económico:
 - Subgerencia de Turismo
 - Subgerencia de Autorizaciones Comerciales
- ♦ Gerencia de Fiscalización y Control:
 - Subgerencia de Control de Sanciones.
- ♦ Gerencia de Desarrollo Social:
 - Subgerencia de Salud Pública
 - Subgerencia de Inclusión y Accesibilidad para las Personas con Discapacidad
- ♦ Gerencia de Servicios a la Ciudad y Gestión Ambiental:
 - Subgerencia de Estrategia Ambiental y Cambio Climático
 - Gerencia de Gestión de Riesgos de Desastres
 - Subgerencia de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones
- ♦ PROLIMA.

Equipo técnico de la Subgerencia de Turismo:

- ♦ Subgerente:
 - María Paz Ramos Grimaldo

Equipo de competitividad e innovación de la oferta turística:

- Medalith Flores Ayala
- Cristhian Rivas Romano
- Paul Ramírez Rojas
- José Luis Lostaunau Cama

Palabras del rector

Lima, una de las ciudades mestizas más antiguas de América es ahora hogar de casi 9 millones de habitantes, es decir aproximadamente la población que tenía el Tawantinsuyo al momento de la invasión europea. A lo largo de esos siglos que se inician con la fundación de la ciudad el 18 de enero de 1535 la gastronomía de la “Ciudad de los Reyes” como se le llamó inicialmente en honor de los Reyes Magos cuyos símbolos quedaron plasmados en su escudo, se ha destacado por su calidad y variedad.

Este aspecto de su atractivo se incrementa de manera impresionante con la llegada de la independencia y de los grupos humanos que la hicieron su hogar. Si en tiempos virreinales lo autóctono, lo español, lo africano e inclusive lo morisco modelaron la forma de comer de los limeños, al llegar la república a inicios del siglo XIX se da el inicio a un importante y rico aporte de las culturas culinarias francesa, cantonesa e italiana en las mesas del país lo que, con el andar del tiempo ha producido una oferta gastronómica que ha puesto al Perú en el primer lugar dentro del mundo en el turismo gastronómico.

Era por tanto necesario, cuando la gastronomía peruana ha ocupado el sitio que le correspondía y es elemento importante en su oferta turística, realizar un proceso de investigación para medir la calidad del servicio, infraestructura y accesibilidad de los restaurantes del centro histórico de la capital.

Es con este afán que la Escuela de Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma junto con la Municipalidad Metropolitana de Lima han procedido a realizar un estudio de 44 restaurantes ubicados en la Lima cuadrada para conocer cuál es su situación real y qué acciones se deben tomar para mejorar la propuesta de cada uno cuando esto sea necesario.

Para lograr el fin buscado, las docentes de la Universidad Ricardo Palma, la magíster Sylvia Malpartida Olivera, encargada del curso Calidad de Servicios Turísticos y la magíster Teresa Edwards Ames del curso Arquitectura, Diseño y Equipamiento Hotelero, realizaron el estudio con importantes resultados. Luego de varios meses y contando con el constante y decidido apoyo de sus estudiantes, las profesoras Malpartida y Edwards presentan ahora el producto de sus pesquisas, así como las sugerencias y recomendaciones para lograr los fines deseados.

Es con satisfacción que la Universidad Ricardo Palma, presenta este trabajo en el que la academia apoya directamente al desarrollo de la Nación, en este caso haciendo partícipe a su Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía en un campo, en el que es especialista, para colaborar directamente con el turismo de la ciudad.

Dr. Iván Rodríguez Chávez
Rector



Palabras de la Subgerente de Turismo

Excelencia gastronómica

Nuestra forma de pensar, sentir y actuar ha cambiado. Soñar con los siguientes destinos que visitaremos tiene otro sentido, viajar es apostar por una ilusión, la ciudad de Lima debe ser esa promesa de viaje que captive, enamore a regresar o a continuar descubriendo cada día, fin de semana o próximas vacaciones. Los limeños hoy más que nunca valoramos lo que ya conocemos y soñamos con todo lo que tenemos por descubrir.

Lima, como capital gastronómica debe cumplir un rol integrador con la capacidad de reunir las fuerzas de toda la “locomotora” o cadena de valor: desde agricultores, pescadores, mercados, restaurantes, cocineros independientes, comida en la calle, y cambiar el rumbo, dándole sentido a los valores que nos hacen únicos frente a otras cocinas: despensa de biodiversidad, mistura cultural, y emprendimiento creativo.

Con Excelencia Gastronómica buscamos visibilizar a los mejores restaurantes y afines del centro histórico de nuestra ciudad, generando confianza en torno a la calidad de su oferta gastronómica, contribuyendo así a fortalecer la competitividad turística del Centro Histórico de Lima y el desarrollo de un ecosistema empresarial gastronómico.

Este esfuerzo ha sido posible gracias al trabajo coordinado de diversas unidades orgánicas de la Municipalidad Metropolitana, con el liderazgo de la Subgerencia de Turismo, y la articulación de esfuerzos con la academia, la empresa privada y el sector público. El trabajo emprendido, en el que la Universidad Ricardo Palma se involucró y aportó, ha permitido mejoras tangibles en los negocios en relación a la formalidad, sanidad, eco eficiencia, infraestructura, accesibilidad, calidad, identidad e innovación de sus servicios. Todo ello a través de un proceso de evaluación integral que reconoce a los restaurantes que promueven la excelencia en la gestión de sus negocios y la prestación de sus servicios.

Han sido finalmente 44 negocios gastronómicos; entre ellos restaurantes y negocios emblemáticos, importantes cadenas de restaurantes y reconocidos hoteles; que han concluido su participación en Excelencia Gastronómica, herramienta que se constituye en un precedente en la promoción de la mejora continua de estos negocios, otorgando a la ciudad una herramienta para medir la calidad turística en restaurantes, una herramienta sostenible y replicable.

María Paz Ramos Grimaldo
Subgerente de Turismo
Gestión Municipal 2019 - 2022
Jorge Muñoz Wells
Miguel Romero Sotelo
Alcaldes

Mensaje del director de la Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía

Una de las misiones que la Nación le ha encargado a la academia es la de contribuir con el crecimiento y desarrollo, crear nuevos conocimientos y difundir sus obras a la comunidad. Es así que en esta ocasión, en feliz alianza con la Municipalidad Metropolitana de Lima se presenta una propuesta que tiende a mejorar la calidad del servicio y equipamiento de los restaurantes del centro histórico.

Excelencia gastronómica. Reconocimiento a los restaurantes. Calidad de los servicios. Infraestructura y accesibilidad, son los contenidos de esta nueva publicación que la URP pone en manos de los actores y protagonistas de este esfuerzo tanto de la municipalidad, gestores de dichos negocios y de sus propios autores conformados por estudiantes y sus profesoras.

Una de las reflexiones resultantes de este trabajo es que los 44 establecimientos objeto de estudio, ofrecen un positivo nivel de operación reflejado en la atención al cliente, experiencia del personal y un equipamiento favorable. Destaca en esta dirección que las recomendaciones y mejoras propuestas fueron aceptadas y aplicadas.

La tarea de nuestros estudiantes, supervisados por sus profesoras, son de enorme valía habida cuenta que las asignaturas que siguen: Calidad en los Servicios Turísticos y Arquitectura, Diseño y Equipamiento Hotelero, constituyen una fuente de aprendizaje en el mandato solicitado por la Municipalidad Metropolitana de Lima. Es decir, el adiestramiento en el campo, aplicación de saberes, ejercicio de su espíritu crítico les han hecho ganar una reconfortante experiencia personal y académica.

Nos sentimos satisfechos de los resultados obtenidos en la medida que la alianza que sostenemos hoy sea el inicio de mayores lazos y nexos entre nuestras instituciones.

Mg. Carlos Villena Lescano
Director
Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía.

INTRODUCCIÓN

La Municipalidad Metropolitana de Lima a través de la Subgerencia de Turismo de la Gerencia de Desarrollo Económico y la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Ricardo Palma, desarrollaron la iniciativa municipal Excelencia Gastronómica Reconocimiento a los Restaurantes, con el objetivo de contribuir con el posicionamiento de Lima como capital gastronómica de Latinoamérica, y promover una oferta gastronómica de calidad, sostenible, inclusiva y segura que permita promocionar a los restaurantes del Centro Histórico como integrantes de la oferta turística de la ciudad.

Para tal fin se establecieron cinco (05) componentes de evaluación integral de los restaurantes y servicios afines alineados al Plan Nacional de Calidad Turística al 2025, instrumento que forma parte del Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR y sustentado con las normas legales vigentes. Los componentes a evaluar son: Formalidad; Sanidad y Ecoeficiencia; Infraestructura y Accesibilidad; Servicio y Tradición e Innovación. Para la investigación en curso se establecieron dos componentes: el primero denominado Servicio con la finalidad de medir la calidad del mismo y el segundo de Infraestructura y Accesibilidad para evaluar y verificar las instalaciones y equipamiento de los restaurantes, así como las condiciones de accesibilidad.

El equipo técnico de la Sub Gerencia de Turismo realiza una convocatoria a los restaurantes ubicados en el Centro Histórico de Lima que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, logrando la inscripción de 44 restaurantes, población que será evaluada, para obtener datos relevantes de la investigación que se desarrolla bajo el enfoque cuantitativo y alcance descriptivo.

RESUMEN

La calidad de servicios, infraestructura y accesibilidad son factores relevantes que toda empresa de servicio debe planificar y aplicar dentro de su organización, para ofrecer un servicio óptimo al cliente y su pronta fidelización. **El presente estudio denominado Excelencia Gastronómica. Reconocimiento a los Restaurantes. Calidad de los Servicios - Infraestructura y Accesibilidad**, tiene como finalidad posicionar a Lima como capital gastronómica de Latinoamérica a través de sus restaurantes con un marco de calidad sostenible, inclusiva y segura que permita promocionar a los restaurantes del Centro Histórico como integrantes de la oferta turística de la ciudad, se desarrolló con un enfoque cuantitativo y técnicas de encuesta, observación y verificación de documentos para evaluar la calidad de servicio, infraestructura y accesibilidad en 44 restaurantes del Centro Histórico de Lima. Los resultados obtenidos determinaron que los restaurantes evaluados en su mayoría cumplen con las normas y protocolos de servicio e infraestructura para atender a los clientes internos y externos. La conclusión que se establece en la investigación, es que los empresarios del rubro gastronómico están generando bases sólidas para una cultura de calidad.

Palabras claves: restaurantes, calidad de servicio, infraestructura, accesibilidad y clientes

ABSTRAC

The quality of the service, the infrastructure and the accessibility are important factors that every service enterprise must plan and apply to offer the clients an optimum service and achieve its fidelization. This study, called: "Gastronomic excellence Restaurants recognition. Service quality - infrastructure and accessibility to help position Lima as the Latin American gastronomic capital and promote a quality gastronomic offer, sustainable, inclusive and safe." that will allow to present the downtown historic center as part of the touristic offer of the city, was developed with a quantitative view in mind and using poll techniques of observation and document verification to evaluate the service quality, infrastructure and accessibility of 44 restaurants in the city Historical center. The results show that the majority of the restaurants that were evaluated , fulfil the norms and protocols to attend the requirements of both internal and external clients. The conclusion established in the investigation developed is that the businessmen and women running the gastronomic field are developing solid bases towards a quality culture.

Key words: Restaurants, Service quality, infrastructure, accessibility, clients.

MARCO TEÓRICO

Calidad de los Servicios

La calidad de servicio es un componente fundamental de todas las empresas, en el caso del sector turístico se vuelve indispensable por ser una actividad que mantiene contacto permanente y directo con sus clientes. Así mismo, es la que determina la decisión de compra del consumidor quién decide si el producto o servicio finalmente logra satisfacer sus necesidades, expectativas y experiencias. Al respecto (Albretch, 1988, como se citó en Vargas y Aldana 2006) señala que es “el conjunto de actitudes que determinan comportamientos orientados a satisfacer al cliente en relación con sus intereses, expectativas, necesidades y anhelos que originan una serie de procesos para satisfacer una necesidad” (p.57). Los procesos de calidad en la actualidad se desarrollan con estrategias de gestión que implican liderazgo y planificación, de la misma manera la incorporación de la tecnología marca la diferenciación con los competidores, pero el componente más importante es el recurso humano, porque es el que posee el talento de vocación de servicio y el que va a generar el cambio de la nueva filosofía orientada a la cultura de calidad base para la transformación empresarial.

Al respecto Fernández en Economía TIC (2019) considera que el capital humano se define como “una forma de valorar a la mano de obra con la que cuenta una empresa, organización o país, siendo así el recurso más básico e importante para generar crecimiento económico acompañado de incrementos de productividad y eficiencia.” (párr 3)

Colaboradores del restaurante.



Figura 1

Nota: La fotografía es propiedad de la Municipalidad Metropolitana de Lima. Proporcionada para el presente trabajo.

El turismo está compuesto por tres sectores importantes de servicio: la hotelería, el turismo y la gastronomía, por lo tanto es una actividad muy compleja donde se efectúa la prestación y atención entre los colaboradores de la empresa y los clientes que vienen a ser los turistas. La calidad se aplica en todos los ámbitos por lo que se denomina que la calidad es total y debe estar presente en todas las empresas turísticas que facilitan la estadía al visitante, generando satisfacción en la percepción. Uno de los factores más importantes del turismo es la gastronomía. No hay turista que no pruebe los platos típicos del destino visitado. Actualmente existe un segmento de viajeros interesados en probar las exquisiteces de la culinaria; en el caso peruano, de acuerdo al Perfil del Vacacionista Motivado por Gastronomía elaborado por La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo PromPerú, “En el 2019, el 10 % de los vacacionistas que ingresaron por el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez tuvo entre sus principales motivaciones para visitar nuestro país el probar la gastronomía peruana.”(p.5). De la misma manera señala que de cada diez visitantes seis viajan motivados por la comida, siendo los turistas chilenos, estadounidenses y colombianos los que encabezan la lista de los que se desplazan motivados por la gastronomía. Otro dato importante del informe es que la región Lima se ubica en primer lugar dentro de los 10 tops de los departamentos más visitados alcanzando el 100% de visitas.

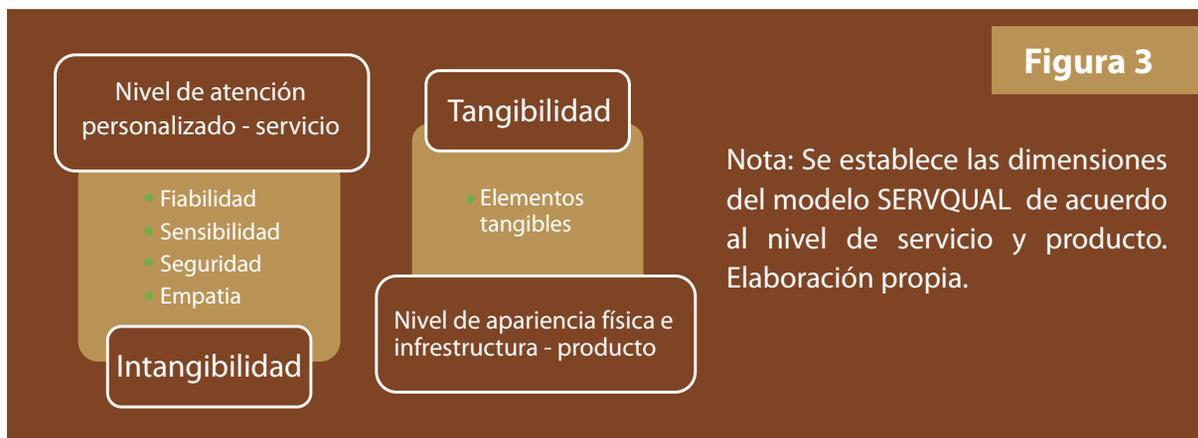
Exposición de las cartas del menú, en los restaurantes del Centro Histórico de Lima.



Figura 2

Nota: La fotografía es propiedad de la Municipalidad Metropolitana de Lima. Proporcionada para el presente trabajo.

Entre las actividades de la gastronomía se presenta la visita a los restaurantes, son empresas que ofrecen servicio (componente intangible) y producto (componente tangible), al respecto Vera y Trujillo señalan “que los restaurantes son comúnmente considerados como una categoría de servicio, representan un sector donde ambos tipos de componentes pueden tener pesos equiparables en la decisión de compra del consumidor.”(p. 44). Al momento de medir la calidad se evalúan desde dos ámbitos diferentes primero el servicio que está relacionado a la intangibilidad y el producto relacionado a la tangibilidad. Matsumoto comenta que para medir la calidad se establecen cinco dimensiones de acuerdo al modelo Servqual propuesto por Zeitham, Bitner y Gremler (2014). En la siguiente figura se muestra , el detalle del ámbito de las dimensiones.



Infraestructura

De acuerdo al International Recovery Platform (IRP), indica que la infraestructura se la puede diferenciar en dos tipos de categorías, la física y la social.

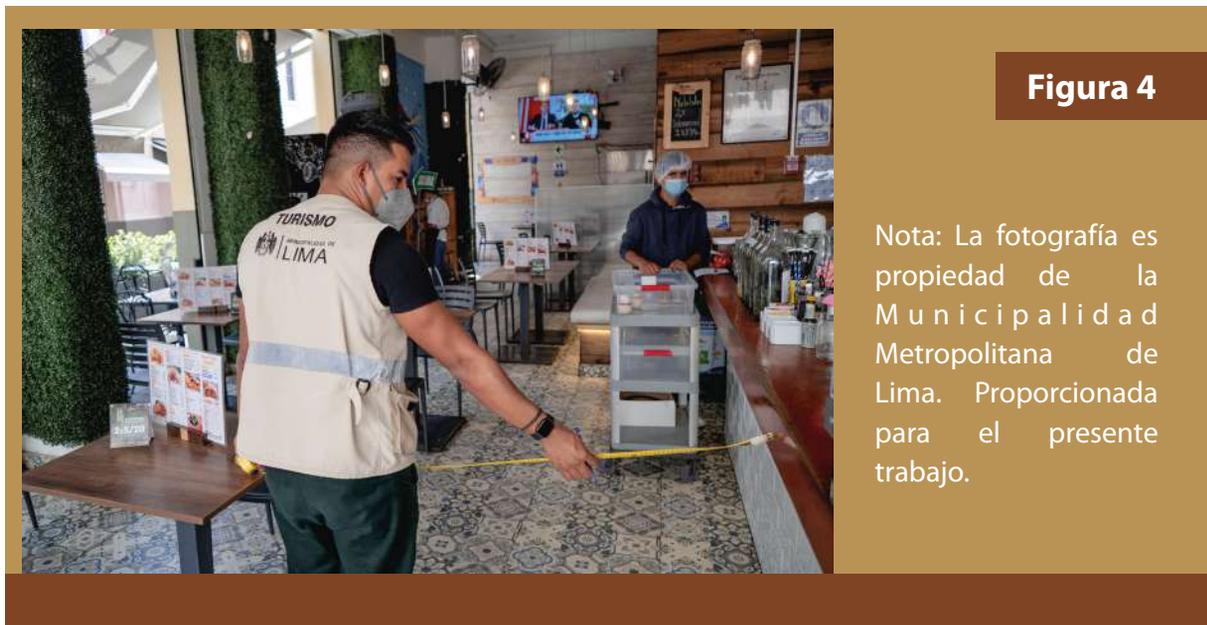
Siendo la infraestructura física aquellas instalaciones públicas que vinculan tramos de la ciudad y suministran los servicios básicos que ella requiere para la marcha y sus beneficios son tangibles, como son la red de caminos y servicios públicos.

En cuanto la infraestructura social y económica comprende a los hospitales, parques y jardines, centros comunitarios, librerías, entretenimiento y establecimientos para hacer compras, edificios educativos, a diferencia de la infraestructura física, siendo sus beneficios en la mayoría intangibles. (p.2)

Las infraestructuras se originan a partir de la intersección de muchas disciplinas profesionales como la red vial, los sistemas de telecomunicaciones, los edificios públicos, las redes de distribución de servicios, los sistemas de gestión de desechos, entre otros.

La infraestructura de restaurantes considera la ubicación, la estructura física, los ambientes, las áreas de desechos, las medidas de seguridad y la accesibilidad.

Constatación de medidas reglamentarias para las circulaciones



Todo establecimiento que ofrezca el servicio de restaurante debe disponer del espacio suficiente para realizar las operaciones con los alimentos. Uso exclusivo para la actividad y no tener conexiones con otros ambientes o locales que puedan implicar contaminación cruzada para los alimentos.

Constatación de medidas reglamentarias para los accesos



Medidas o barreras de protección contra fuentes de contaminación externas (plagas, generación de polvo, humos, gases, malos olores, aguas servidas, animales silvestres, entre otros factores de riesgo de contaminación).

Su ubicación no debe representar un riesgo de contaminación cruzada para los alimentos que elaboran. Los terrenos que estén expuestos a inundaciones frecuentes no pueden ser destinados a la construcción de establecimientos de alimentos. El local debe ser de uso exclusivo y con acceso independiente. La distribución de los ambientes debe evitar la contaminación de los alimentos.

Se debe evitar materiales, equipos, elementos inservibles, cartones u otros objetos que puedan propiciar la proliferación de insectos y roedores. Los materiales utilizados en la construcción deben ser resistentes a la corrosión, de superficies lisas, fáciles de limpiar y desinfectar.

La estructura física en general debe estar en buen estado de conservación e higiene. Los estilos de los establecimientos pueden ser de libre elección siempre que se mantenga el control sobre los factores de riesgo de contaminación cruzada.

Los ambientes de la cocina deben tener todas las luminarias protegidas de manera efectiva a fin de que los alimentos no se contaminen en caso de rotura. Los pasadizos deben permitir el tránsito fluido del personal y de los equipos. La ventilación debe impedir la acumulación de humedad en los ambientes de almacén y aquellos indicados en el Programa de Higiene y Saneamiento - PHS.

Los pisos, paredes, techos, ventanas y puertas deben ser de material que facilite la limpieza y desinfección, mantenerse limpios y en buen estado de conservación. Los pisos deben contar con sumideros y rejillas, para facilitar su higienización. Los techos deben ser lisos, sin grietas, de color claro e impermeables para impedir la condensación y evitar así el desarrollo de bacterias y hongos.

El área de desechos debe estar libre de humedad, malos olores, basura regada y fauna nociva además de separar la basura catalogada en orgánica, inorgánica, vidrio o loza rota y cajas de cartón. Recipientes de plástico, en buen estado de conservación e higiene, con tapa oscilante o similar que evite el contacto con las manos y deben tener una bolsa de plástico en el interior para facilitar la evacuación de los residuos.

Constatación de estado de conservación y señalética en seguridad

Figura 6

Nota: La fotografía es propiedad de la Municipalidad Metropolitana de Lima. Proporcionada para el presente trabajo.



Las medidas de seguridad que debe tomar en cuenta el restaurante es contar con un botiquín completamente implementado para los casos en los que se requiera su uso.

Las conexiones eléctricas deben estar empotradas o protegidas con canaletas. Los tanques de gas deben hallarse, como mínimo, alejados a 1,5 m de la fuente de calor.

Los extinguidores deben estar colocados en sitios de fácil acceso, con clara identificación y próximos a los puntos de riesgo. Las zonas de seguridad deben estar correctamente señalizadas en caso de sismos.

De acuerdo a las normas y ordenanzas emitidas en los últimos años por el gobierno, la accesibilidad se ha regulado a fin de que sea inclusiva para todos en Lima Metropolitana, esto significa que se debe diseñar de manera universal integrando las diferentes capacidades y necesidades en un espacio común, conociendo las distintas situaciones personales que condicionan su forma de interacción con el entorno.

Para una edificación de restaurante se debe considerar para una persona con discapacidad la accesibilidad a la edificación a través de rampas de acceso, el estacionamiento señalado y lo más cercano al establecimiento.

El acceso principal al local debe permitir el desplazamiento de la persona si se encuentra en silla de ruedas hasta las mesas y servicios higiénicos. Todos los espacios en un restaurante deben ofrecer accesibilidad en las mismas situaciones que es para los demás, así como ofrecer una carta de menú accesible en sistema braille.

Metodología

Para la evaluación de los restaurantes el equipo técnico de la Sub Gerencia de la Municipalidad Metropolitana de Lima, elaboró la ficha técnica de la encuesta, con dos componentes, el primero denominado Servicio para la cual determinaron veintiún (21) criterios con la finalidad de medir la calidad del servicio, y el segundo Infraestructura y Accesibilidad con treinta y nueve (39) criterios, con el propósito de verificar y evaluar las instalaciones y equipamiento de los restaurantes, así como las condiciones de accesibilidad. La encuesta fue elaborada de acuerdo a la siguiente documentación Decreto Supremo N° 011-2019 y la Guía de Accesibilidad, Turismo para Todos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, de la misma manera se sustenta en la Norma Técnica A.120 de Accesibilidad Universal en Edificaciones del Reglamento Nacional de Edificaciones, así mismo de la Ordenanza Municipal N° 2273 que promueve la accesibilidad universal y fomenta la inclusión de las personas con discapacidad en Lima Metropolitana y como pilar fundamental la experiencia del equipo técnico. La población de estudio estuvo conformada por 44 restaurantes del Centro Histórico de Lima que cumplen con todos los requisitos para el desempeño de su actividad, referencia de ubicación en la figura 7.

El estudio presenta una investigación cuantitativa con técnicas de encuesta, observación y verificación de documentos.

Tabla 1

Criterios de la etapa Evaluación - componente Servicio

Componente		Criterios
Calidad del Servicio	1	Carta expuesta en un atril en la entrada del restaurante
	2	Carta que incluye los ingredientes de los platos
	3	Carta independiente de licores y/o de vinos
	4	Cambio de montaje de mesa al momento de la partida del cliente
	5	Saludo y bienvenida
	6	Contacto visual
	7	Personal de atención uniformado y limpio
	8	Toma de pedido y producto entregado de manera correcta
	9	Técnicas de negociación o resolución de conflictos
	10	Carta física o virtual
	11	Atención a las necesidades del cliente
	12	Medios de pago
	13	Mozo o azafata con experiencia
	14	Maitre con experiencia
	15	Barman con experiencia
	16	Cocinero o cocinera con experiencia
	17	Chef de cocina con experiencia
	18	Sub-jefe de cocina con experiencia
	19	Personal de cocina uniformado y limpio
	20	Capacitación sanitaria
	21	Programa de higiene y saneamiento

Nota:

La tabla se elaboró de acuerdo a los criterios del componente Servicio, con la data del equipo técnico de la Municipalidad Metropolitana de Lima. Elaboración propia.

Tabla 2

Criterios de la etapa Evaluación - componente Infraestructura y Accesibilidad

Nota:

La tabla se elaboró de acuerdo a los criterios del componente Infraestructura y Accesibilidad, con la data del equipo técnico de la Municipalidad Metropolitana de Lima. Elaboración propia.

Componente		Criterios
Infraestructura y accesibilidad	1	Ingreso principal y de servicio independientes
	2	Área de recepción
	3	Horario del personal y proveedores diferenciado del horario de atención al público
	4	Instalaciones eléctricas o de comunicaciones en buen estado y con instalaciones limpias y protegidas
	5	Ascensor en buen estado
	6	Sistema de ventilación o aire acondicionado
	7	Mobiliario y elementos decorativos en buen estado
	8	Comedor ubicado cerca de la cocina
	9	Distribución de mesas con libre circulación
	10	Comedor en buen estado
	11	Comedor con mobiliario en buen estado
	12	Menajería y mantelería en buen estado
	13	Equipos para exhibición en buen estado
	14	Bar
	15	Cava de vinos
	16	Servicios higiénicos independientes para damas y caballeros
	17	Servicios higiénicos con infraestructura adecuada
	18	Servicios higiénicos con sistema de ventilación
	19	Servicios higiénicos con sistema de agua fría y caliente
	20	Servicios higiénicos dotados de papel higiénico
	21	Servicios higiénicos con tacho de basura con tapa de material resistente al lavado continuo
	22	Servicios higiénicos con medios higiénicos para secarse las
	23	Servicios higiénicos con cierre automático
	24	Cocina con infraestructura adecuada
	25	Cocina con sistema de ventilación
	26	Cocina con sistema de sumideros en buen estado
	27	Cocina con fácil acceso a comedor y almacén
	28	Piso cubierto con un material antideslizante
	29	Cocina con campanas extractoras en buen estado
	30	Lavaderos de la cocina deben ser de acero inoxidable u otro material resistente y liso en buen estado
	31	Tacho de basura con tapa oscilante
	32	Dispensadores de jabón líquido y alcohol en gel
	33	Almacén de frío
	34	Almacén de productos secos
	35	Almacén de equipos y utensilios de limpieza
	36	Vestuario y servicios higiénicos para el personal y en buen
	37	Área de personal independiente
	38	Dispensadores y medios higiénicos
	39	Casilleros independientes

Tabla 3

Relación de restaurantes Evaluados en el Centro Histórico de Lima

N°	Restaurantes Evaluados	
1	Bar Cordano	23 Lima 141
2	Bolivar Restobar	24 Lima Café
3	Bozas Restobar	25 Mateo's 301
4	Café AAA	26 Meson del Inca
5	Café Aquelarre	27 Panaderia Huerfanos
6	Carnívoro La Hamburgueseria	28 Pancho Fierro
7	Ceviche Express	29 Pardos Chicken - C. Cívico
8	Chita Loca	30 Pardos Chicken - Carabaya
9	Ciocolato	31 Pasteleria San Martin
10	Cordon Bleu	32 Perú Gourmet Restaurante
11	Damero Café	33 Puerto 260
12	El Gran Bitute	34 R18 Restaurante Bar
13	El Mirador de Chabuca	35 Restaurante Bar Café Dominó
14	El Otro Gramadal Restaurante - Show	36 Restaurante El Adriatico
15	El Tridente	37 Restaurante Jhan
16	Embarcadero 41	38 Restaurante La Muralla
17	Gato Feliz I	39 Restaurante Manhattan
18	Gato Feliz II	40 Sheraton
19	Gran Hotel Bolivar	41 Sol de Pajjan
20	La Cafeta	42 Urqu Coffe Shop
21	La Leña - Jr. de la Unión	43 Villa Chicken
22	La Leña - Lampa	44 Wika Lounge

Nota: La tabla contiene la relación de los restaurantes evaluados en el Centro Histórico de Lima, con la data proporcionada por el equipo técnico de la Municipalidad Metropolitana de Lima. Elaboración propia

Mapa de ubicación de los restaurantes evaluados en el Centro Histórico de Lima

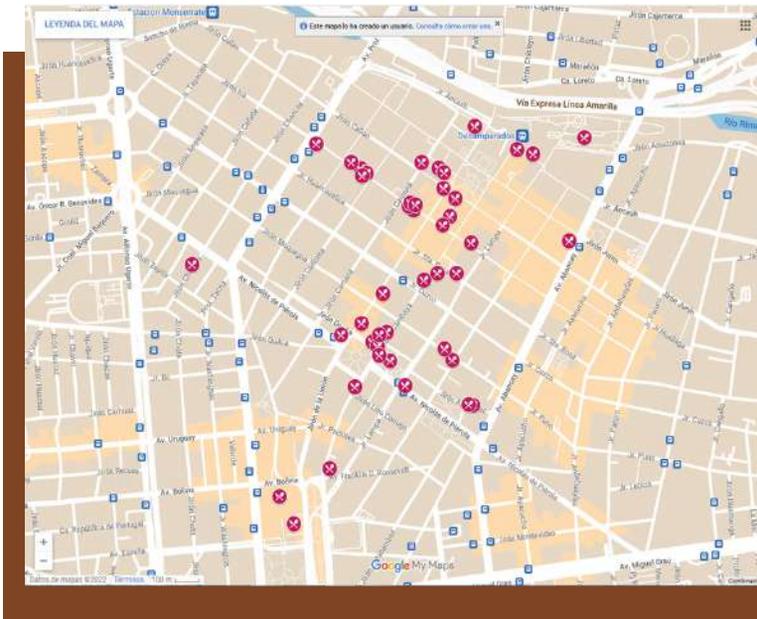


Figura 7

Nota:

La fotografía es propiedad de la Municipalidad Metropolitana de Lima. Proporcionada para el presente trabajo.

La población de estudio corresponde a 44 restaurantes del Centro Histórico de Lima que cumplieron con la formalidad de temas tributarios y licencia de la municipalidad.

Resultados

Al concluir las encuestas, observación y verificación de documentos el estudio establece los siguientes resultados en los componentes de Calidad del Servicio e Infraestructura y Accesibilidad.

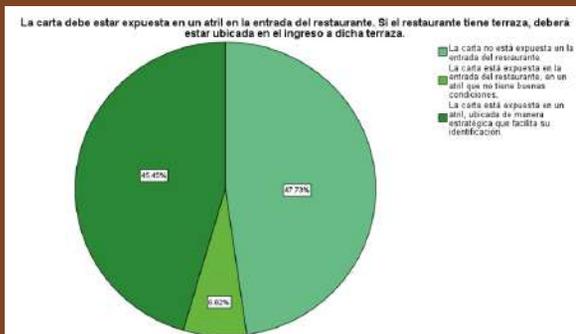
Tabla 4 CALIDAD DE SERVICIO

Carta expuesta en un atril en la entrada del restaurante

Nota: La tabla de frecuencia determina el resultado de la pregunta 1 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

La carta debe estar expuesta en un atril en la entrada del restaurante. Si el restaurante tiene terraza, deberá estar ubicada en el ingreso a dicha terraza.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido La carta no está expuesta en la entrada del resraurante.	21	47.7	47.7	47.7
La carta está expuesta en la entrada del restaurante, en un atril que no tiene buenas condiciones.	3	6.8	6.8	54.5
La carta está expuesta en un atril, ubicada de manera estratégica que facilita su identificación.	20	45.5	45.5	100.0
Total	44	100.0	100.0	



Nota: El gráfico de frecuencia muestra los porcentajes de las respuestas de la pregunta 2 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 4 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 47.73% (21 restaurantes) no tienen con la carta expuesta en un atril,, mientras que el 6.82% (3 restaurantes) cuentan con la carta expuesta en la entrada del restaurante, pero que no presentan buenas condiciones y por último, el 45.45% (20 restaurantes) muestran la carta en la entrada del restaurante ubicado de manera estratégica que facilita su identificación.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados no exponen las cartas del menú en un atril de la entrada, otro grupo tiene la carta expuesta al ingreso del restaurante sin embargo no todos están en buenas condiciones para su exposición. Teniendo en cuenta que la carta es el medio por donde el cliente observa y toma conocimiento del producto a consumir.

Tabla 5

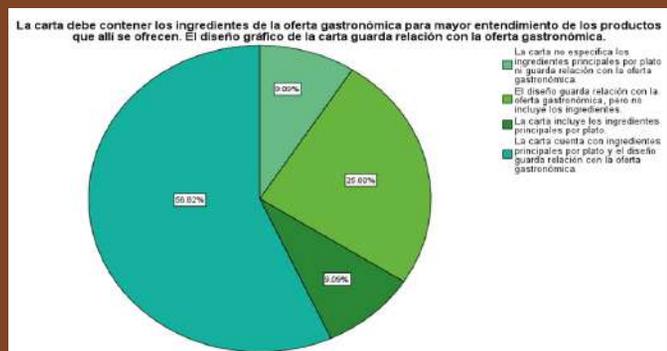
Carta que incluye los ingredientes de los platos

La carta debe contener los ingredientes de la oferta gastronómica para mayor entendimiento de los productos que allí se ofrecen. El diseño gráfico de la carta guarda relación con la oferta gastronómica.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La carta no especifica los ingredientes principales por plato ni guarda relación con la oferta gastronómica.	4	9.1	9.1	9.1
	El diseño guarda relación con la oferta gastronómica, pero no incluye los ingredientes.	11	25.0	25.0	34.1
	La carta incluye los ingredientes principales por plato.	4	9.1	9.1	43.2
	La carta cuenta con ingredientes principales por plato y el diseño guarda relación con la oferta gastronómica.	25	56.8	56.8	100.0
Total		44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 2 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 2 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 5 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 56.82% (25 restaurantes) La carta cuenta con los ingredientes principales por plato y el diseño guarda relación con la oferta gastronómica, mientras que el 9.09% (4 restaurantes) la carta incluye los ingredientes principales por plato; por otro lado, el 25.00% (11 restaurantes) el diseño guarda relación con la oferta gastronómica, pero no incluye los ingredientes y por último, el 9.09% (4 restaurantes) la carta no especifica los ingredientes principales por plato ni guarda relación con la oferta gastronómica.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que, en la mayoría de los restaurantes encuestados, la carta cuenta con los ingredientes principales por plato y el diseño guarda relación con la oferta gastronómica. Es necesario mostrar los ingredientes porque a través de la carta se informa a los clientes que desconocen los platos y su contenido, también por un factor de salud.

Tabla 6

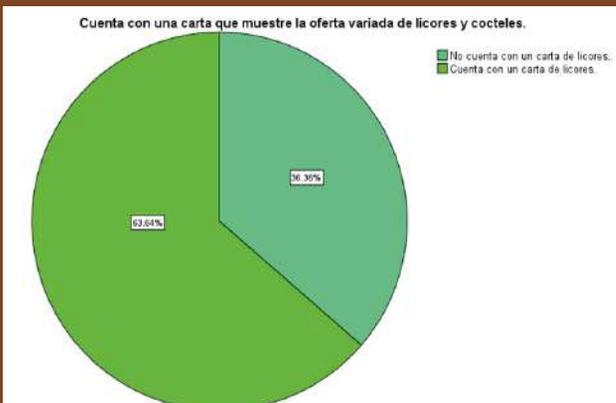
Carta independiente de licores y/o de vinos

Cuenta con una carta independiente que muestre la oferta variada de licores y cocteles.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con un carta de licores.	16	36.4	36.4	36.4
	Cuenta con un carta de licores.	28	63.6	63.6	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 3 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Cuenta con una carta que muestre la oferta variada de licores y cocteles.



Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 3 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 6 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 63.6% (28 restaurantes) cuentan con una carta independiente que muestra la oferta variada de licores y cócteles; por último, el 36.4% (16 restaurantes) no cuentan con una carta independiente que presente la oferta variada de licores y cócteles.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados, cuentan con una carta independiente que muestra la oferta variada de licores y cócteles.

Tabla 7

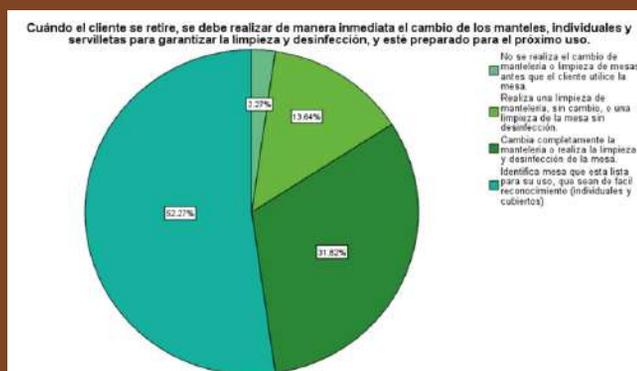
Cambio de montaje de mesa al momento de la partida del cliente

Cuándo el cliente se retire, se debe realizar de manera inmediata el cambio de los manteles, individuales y servilletas para garantizar la limpieza y desinfección, y esté preparado para el próximo uso.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
No se realiza el cambio de mantelería o limpieza de mesas antes que el cliente utilice la mesa.	1	2.3	2.3	2.3
Realiza una limpieza de mantelería, sin cambio, o una limpieza de la mesa sin desinfección.	6	13.6	13.6	15.9
Cambia completamente la mantelería o realiza la limpieza y desinfección de la mesa.	14	31.8	31.8	47.7
Identifica mesa que esta lista para su uso, que sean de fácil reconocimiento (individuales y cubiertos).	23	52.3	52.3	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 4 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 4 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 7 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 2.3% (1 restaurante) no realiza el cambio de mantelería o limpieza de las mesas antes que el cliente utilice la mesa, un 13.6% (6 restaurante) realiza la limpieza de mantelería sin cambio o una limpieza de la mesa sin desinfección, y solo 31.8% (14 restaurantes) realiza la limpieza y desinfección de la mesa; por otra parte el 52.3% (23 restaurantes) identifican la mesa que está lista para su uso, que sea fácil reconocimiento.

Interpretación:

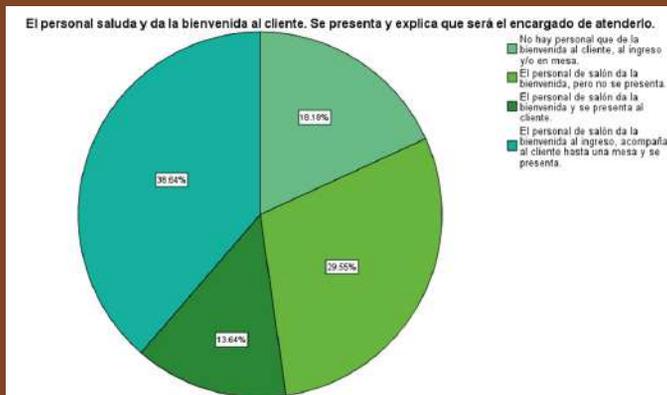
Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados realizaron limpieza y desinfección de sus mesas. Lo que genera confianza en los clientes al momento de ingresar a los establecimientos, porque lo primero que perciben es el orden y limpieza.

Tabla 8

Saludo y bienvenida

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 5 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No hay personal que de la bienvenida al cliente, al ingreso y/o en mesa.	8	18.2	18.2	18.2
El personal de salón da la bienvenida, pero no se presenta.	13	29.5	29.5	47.7
El personal de salón da la bienvenida y se presenta al cliente.	6	13.6	13.6	61.4
El personal de salón da la bienvenida al ingreso, acompaña al cliente hasta una mesa y se presenta.	17	38.6	38.6	100.0
Total	44	100.0	100.0	



Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 5 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 8 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: con respecto al personal el 18.2% (8 restaurantes) no dan la bienvenida y/o en la mesa, el 29.5 % (13 restaurantes) dan la bienvenida, pero no se presentan, un 13.6 % (6 restaurantes) dan la bienvenida y se presentan; sin embargo el 38.6 % (17 restaurantes) dan la bienvenida al ingreso, acompaña al cliente hasta la mesa y se presenta.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados reciben al cliente con una bienvenida al ingreso, en algunos de estos restaurantes el personal lo acompaña al cliente hasta la mesa y se presenta, generando bienestar y confianza. Percibiendo una comunicación directa y sincera.

Tabla 9

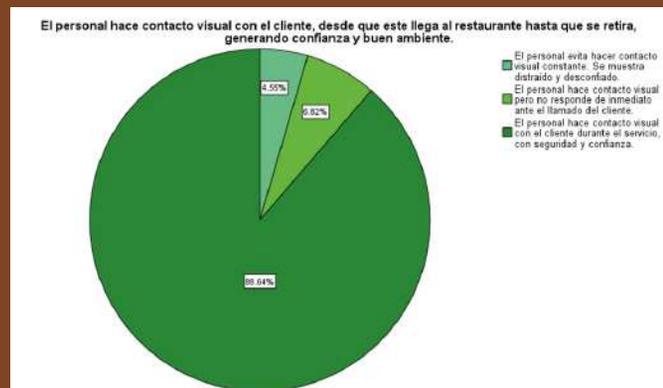
Contacto visual

El personal hace contacto visual con el cliente, desde que este llega al restaurante hasta que se retira, generando confianza y buen ambiente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El personal evita hacer contacto visual constante. Se muestra distraído y desconfiado.	2	4.5	4.5	4.5
	El personal hace contacto visual pero no responde de inmediato ante el llamado del cliente.	3	6.8	6.8	11.4
	El personal hace contacto visual con el cliente durante el servicio, con seguridad y confianza.	39	88.6	88.6	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 6 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 6 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 9 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: con respecto al personal el 4.5% (2 restaurantes) evitan hacer contacto visual constante o se muestran distraídos y desconfiados, mientras que un 6.8% (3 restaurantes) hacen contacto visual pero no responden de inmediato ante el llamado del cliente; sin embargo un 88.6% (39 restaurantes) hacen contacto visual con el cliente durante el servicio, con seguridad y confianza.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que en la mayoría de los restaurantes encuestados presentan al personal (mozos y azafatas) correctamente uniformados teniendo en cuenta que la presentación del personal es la imagen de la empresa.

Tabla 10

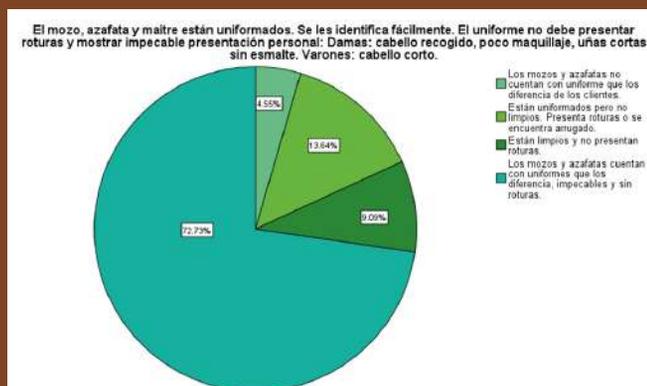
Personal de atención uniformado y limpio

El mozo, azafata y maitre están uniformados. Se les identifica fácilmente. El uniforme no debe presentar roturas y mostrar impecable presentación personal: Damas: cabello recogido, poco maquillaje, uñas cortas sin esmalte. Varones: cabello corto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido: Los mozos y azafatas no cuentan con uniforme que los diferencie de los clientes	2	4.5	4.5	4.5
Están uniformados pero no limpios. Presenta roturas o se encuentra arrugado.	6	13.6	13.6	18.2
Están limpios y no presentan roturas.	4	9.1	9.1	27.3
Los mozos y azafatas cuentan con uniformes que los diferencian, impecables y sin roturas.	32	72.7	72.7	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 7 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 7 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 10 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: con respecto al personal el 4.5% (2 restaurantes) los mozos y azafatas no cuentan con uniforme que los diferencie de los clientes, en un 13.6% (6 restaurantes) los mozos y azafatas están uniformados, pero no limpios, en algunos casos presenta roturas o se encuentra arrugados; mientras que un 9.1% (4 restaurantes) el uniforme de los mozos y azafatas están limpios y no presentan roturas, por otro lado el 72.7% (32 restaurantes) los mozos y azafatas cuentan con uniformes que los diferencian, están impecables y sin roturas.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que en la mayoría de los restaurantes encuestados presentan al personal (mozos y azafatas) correctamente uniformados, teniendo en cuenta que la presentación del personal es la imagen de la empresa.

Tabla 11

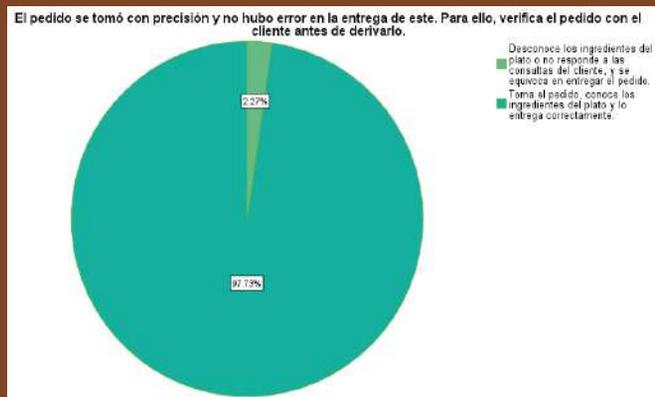
Toma de pedido y producto entregado de manera correcta.

El pedido se tomó con precisión y no hubo error en la entrega de este. Para ello, verifica el pedido con el cliente antes de derivarlo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desconoce los ingredientes del plato o no responde a las consultas del cliente, y se equivoca en entregar el pedido.	1	2.3	2.3	2.3
	Toma el pedido, conoce los ingredientes del plato y lo entrega correctamente.	43	97.7	97.7	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 8 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 8 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 11 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 2.3% (1 restaurante) desconoce los ingredientes del plato o no responde a las consultas del cliente, y se equivocan en la entrega del pedido y por último el 97.7% (43 restaurantes) toman el pedido, conocen los ingredientes del plato y lo entregan correctamente.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados si toman el pedido, conocen los ingredientes del plato y lo entregan correctamente. Es importante que las empresas del rubro gastronómico cuenten con personal capacitado para la atención al cliente.

Tabla 12

Técnicas de negociación o resolución de conflictos.

El personal aplica técnicas de negociación o resolución de conflictos a través de un protocolo establecido. Caso 1: Mesa y/o menaje sucio. Caso 2: Mala elaboración del plato o vectores en la comida. Caso 3: Tiempo de espera inadecuado. Caso 4: Trato desc

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	No escucha, ni atiende a las necesidades del cliente.	1	2.3	2.3	2.3
	Escucha, pero se justifica y no toma acción o busca soluciones.	5	11.4	11.4	13.6
	Escucha, pide disculpas y plantea alternativas de solución, pero con cierta confianza e inseguridad.	14	31.8	31.8	45.5
	Escucha activa, muestra empatía, comunica de manera clara, plantea soluciones, negocia y soluciona el conflicto.	24	54.5	54.5	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 8 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 8 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 12 se aprecia que del total de personas encuestadas (44) señalaron las siguientes respuestas: el 2.3% (1 restaurante) el personal no escucha ni atiende las necesidades del cliente, mientras 11.4% (5 restaurantes) el personal escucha, pero no se justifica ni toma acción o busca soluciones, por otro lado; 31.8% (14 restaurantes) el personal escucha, pide disculpas y plantea alternativas de solución, pero con cierta desconfianza e inseguridad, y por último en el 54.4% (24 restaurantes) el personal presta atención, muestra empatía, comunica de manera clara, plantea soluciones, negocia y soluciona el conflicto.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con personal que presta atención, muestra empatía, comunica de manera clara, plantea soluciones, negocia y soluciona el conflicto por lo que se refleja el grado de preparación del personal.

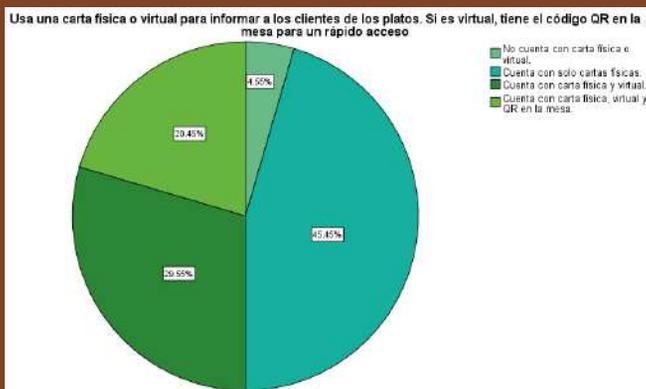
Tabla 13

Carta física o virtual.

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 10 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Usa una carta física o virtual para informar a los clientes de los platos. Si es virtual, tiene el código QR en la mesa para un rápido acceso

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No cuenta con carta física o virtual.	2	4.5	4.5	4.5
Cuenta con solo cartas físicas.	20	45.5	45.5	50.0
Cuenta con carta física y virtual.	13	29.5	29.5	79.5
Cuenta con carta física, virtual y QR en la mesa.	9	20.5	20.5	100.0
Total	44	100.0	100.0	



Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 10 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 13 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 4.5% (2 restaurantes) no cuentan con carta física o virtual, a su vez el 45.5% (20 restaurantes) cuentan solo con carta física, mientras que el 29.5% (13 restaurantes) cuentan con carta física y virtual y por último el 20.5% (9 restaurantes) cuentan con carta física, virtual y QR en la mesa.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan solo con cartas físicas. Lo que refleja la falta de conocimiento en temas de tecnología.

Tabla 14

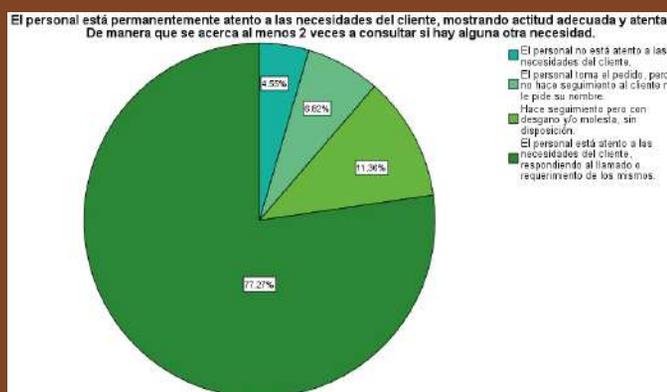
Atención a las necesidades del cliente.

El personal está permanentemente atento a las necesidades del cliente, mostrando actitud adecuada y atenta. De manera que se acerca al menos 2 veces a consultar si hay alguna otra necesidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El personal no está atento a las necesidades del cliente.	2	4.5	4.5	4.5
	El personal toma el pedido, pero no hace seguimiento al cliente ni le pide su nombre.	3	6.8	6.8	11.4
	Hace seguimiento pero con desgano y/o molestia, sin disposición.	5	11.4	11.4	22.7
	El personal está atento a las necesidades del cliente, respondiendo al llamado o requerimiento de los mismos.	34	77.3	77.3	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 11 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 11 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 14 se aprecia que del total de personas encuestadas (44) señalaron las siguientes respuestas: el 4.5% (2 restaurantes) muestran que el personal no está atento a las necesidades del cliente, el 6.8% (3 restaurantes) que el personal toma el pedido, pero no hace seguimiento al cliente ni le pide su nombre, por otro lado; el 11.4% (5 restaurantes) señalan que el personal hace verificaciones, pero con desgano y/o molestia, sin disposición, y por último el 77.3% (34 restaurantes) el personal está atento a las necesidades del cliente, respondiendo al llamado o requerimiento de los mismos.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con personal que está atento a las necesidades del cliente, y responde al llamado o requerimiento de los mismos.

Tabla 15

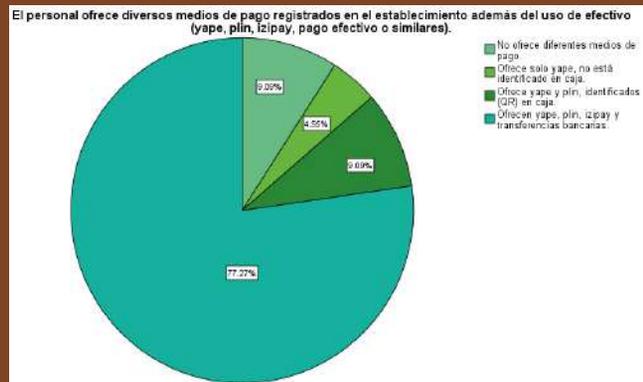
Medios de pago.

El personal ofrece diversos medios de pago registrados en el establecimiento además del uso de efectivo (yape, plin, izipay, pago efectivo o similares).

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	No ofrece diferentes medios de pago.	4	9.1	9.1	9.1
	Ofrece solo yape, no está identificado en caja.	2	4.5	4.5	13.6
	Ofrece yape y plin, identificados (QR) en caja.	4	9.1	9.1	22.7
	Ofrecen yape, plin, izipay y transferencias bancarias.	34	77.3	77.3	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 12 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 12 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 15 se aprecia que del total de personas encuestadas (44) señalaron las siguientes respuestas: el 9.1% (4 restaurantes) no ofrece diferentes medios de pago, el 4.5% (2 restaurantes) ofrecen solo yape, y no está identificado en caja, por otro lado; el 9.1% (4 restaurantes) ofrecen yape y plin, identificados (QR) en caja, por último el 77.3% (34 restaurantes) ofrecen yape, plin, izipay y transferencias bancarias.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con métodos de pago como yape, plin, izipay y transferencias bancarias. Son indicadores que reflejan que las empresas están al día con las últimas tendencias del consumidor. Asimismo ofrecen seguridad.

Tabla 16

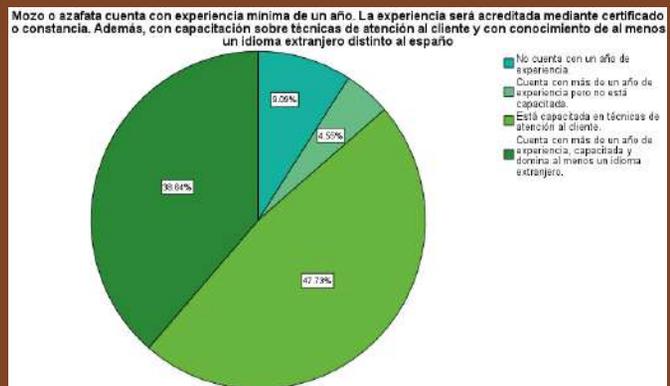
Mozo o azafata con experiencia.

Mozo o azafata cuenta con experiencia mínima de un año. La experiencia será acreditada mediante certificado o constancia. Además, con capacitación sobre técnicas de atención al cliente y con conocimiento de al menos un idioma extranjero distinto al español

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No cuenta con un año de experiencia	4	9.1	9.1	9.1
Cuenta con más de un año de experiencia pero no está capacitada.	2	4.5	4.5	13.6
Está capacitada en técnicas de atención al cliente.	21	47.7	47.7	61.4
Cuenta con más de un año de experiencia, capacitada y domina al menos un idioma extranjero.	17	38.6	38.6	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 8 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 13 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 16 se aprecia que del total de personas encuestadas (44) señalaron las siguientes respuestas: el 9.1% (4 Restaurantes) el mozo o azafata no cuentan con un año de experiencia, a su vez el 4.5% (2 restaurantes) cuentan con más de un año de experiencia pero no está capacitado, mientras que el 47.7% (21 restaurantes) cuentan con un mozo o azafata capacitado en técnicas de atención al cliente y por último en el 38.6% (17 restaurantes) el mozo o azafata cuentan con más de un año de experiencia, con capacitación y dominan al menos un idioma extranjero.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con mozos o azafatas capacitados en técnicas de atención al cliente. Siendo un factor imprescindible para la satisfacción.

Tabla 17

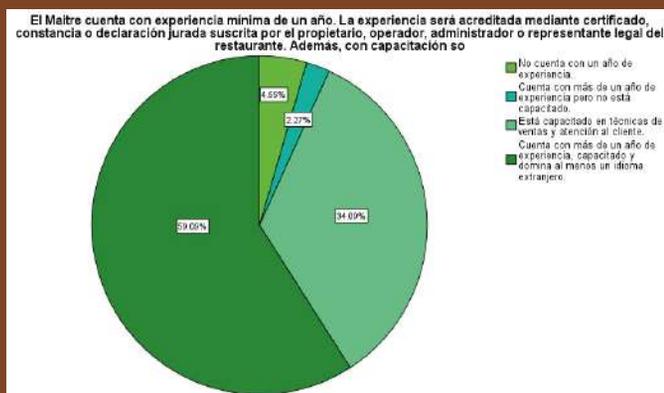
Maitre con experiencia.

El Maitre cuenta con experiencia mínima de un año. La experiencia será acreditada mediante certificado, constancia o declaración jurada suscrita por el propietario, operador, administrador o representante legal del restaurante. Además, con capacitación so

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido: No cuenta con un año de experiencia.	2	4.5	4.5	4.5
Cuenta con más de un año de experiencia pero no está capacitado.	1	2.3	2.3	6.8
Está capacitado en técnicas de ventas y atención al cliente.	15	34.1	34.1	40.9
Cuenta con más de un año de experiencia, capacitado y domina al menos un idioma extranjero.	26	59.1	59.1	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 14 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 14 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 17 se aprecia que del total de personas encuestadas (44) señalaron las siguientes respuestas: el 4.5% (2 restaurantes) el maitre no cuenta con un año de experiencia, a su vez 2.3% (1 restaurante) el maitre cuenta con más de un año de experiencia pero no está capacitado, mientras que el 34.1% (15 restaurantes) el maitre está capacitado en técnicas de venta y atención al cliente y por último el 59.1% (26 restaurantes) el maitre cuenta con más de un año de experiencia, capacitado y domina al menos un idioma extranjero.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con maitres que tienen más de un año de experiencia, capacitados y dominan al menos un idioma extranjero.

Tabla 18

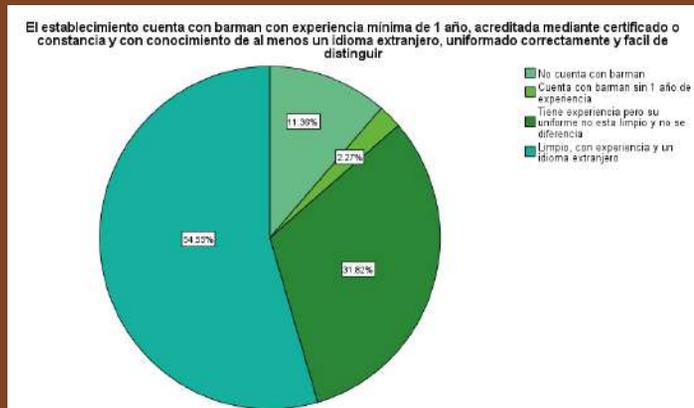
Barman con Experiencia.

El establecimiento cuenta con barman con experiencia mínima de 1 año, acreditada mediante certificado o constancia y con conocimiento de al menos un idioma extranjero, uniformado correctamente y fácil de distinguir

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No cuenta con barman	5	11.4	11.4	11.4
Cuenta con barman sin 1 año de experiencia	1	2.3	2.3	13.6
Tiene experiencia pero su uniforme no está limpio y no se diferencia	14	31.8	31.8	45.5
Limpio, con experiencia y un idioma extranjero	24	54.5	54.5	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 15 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 15 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia



En la tabla 18 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 11.4% (5 restaurantes) no cuentan con barman, mientras que el 2.3% (1 restaurante) indicaron que cuentan con barman sin un año de experiencia; por otro lado, el 31.8% (14 restaurantes) tienen barman con experiencia pero su uniforme no está limpio y no se diferencia y por último el 54.5% (24 restaurantes) cuentan con barman, su uniforme está limpio, con experiencia y un idioma extranjero.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con un barman con experiencia y dominan un idioma extranjero, facilitando la comunicación con los extranjeros.

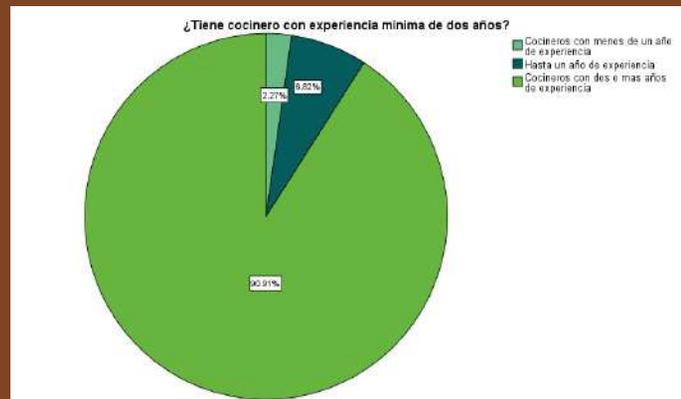
Tabla 19

Cocinero con experiencia.

Cuenta cocinero con experiencia minima de dos años		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cocineros con menos de un año de experiencia	1	2.3	2.3	2.3
	Hasta un año de experiencia	3	6.8	6.8	9.1
	Cocineros con dos o mas años de experiencia	40	90.9	90.9	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 16 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 16 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia



En la tabla 19 se aprecia que del total de restaurantes encuestadas (44) señalaron las siguientes respuestas: el 2.3% (1 restaurante) cuentan con cocinero con menos de un año de experiencia, mientras que el 6.8% (3 restaurantes) indicaron que cuentan con cocineros con un año de experiencia; y por último, el 90.9% (40 restaurantes) cuentan con cocineros con 2 años a más de experiencia.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con cocineros en su establecimiento con 2 años a más de experiencia.

Tabla 20

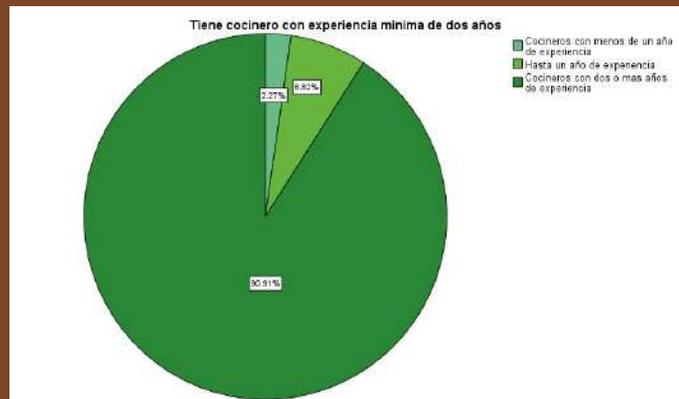
Chef de cocina con experiencia.

El restaurante cuenta con un chef de cocina con experiencia mínima de 5 años acreditada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con chef	2	4.5	4.5	4.5
	Chef con 4 o 5 años de experiencia	2	4.5	4.5	9.1
	Chef con 4 o 5 años de experiencia y estudios	3	6.8	6.8	15.9
	Chef con más de 5 años de experiencia y estudios	37	84.1	84.1	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 17 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 17 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia



En la tabla 20 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 4.5% (2 restaurantes) no cuentan con chef, mientras que el 4.5% (2 restaurantes) indicaron que cuentan con chef con 4 o 5 años de experiencia; por otro lado, el 6.8% (3 restaurantes) cuentan con chef con 4 o 5 años de experiencia más estudios y por último el 84.1% (37 restaurantes) cuentan con chef con más de 5 años de experiencia más estudios.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes cuentan con chef de cocina en su establecimiento, con más de 5 años de experiencia además de haber realizado estudios, lo que demuestra el conocimiento y capacidad para ocupar el cargo.

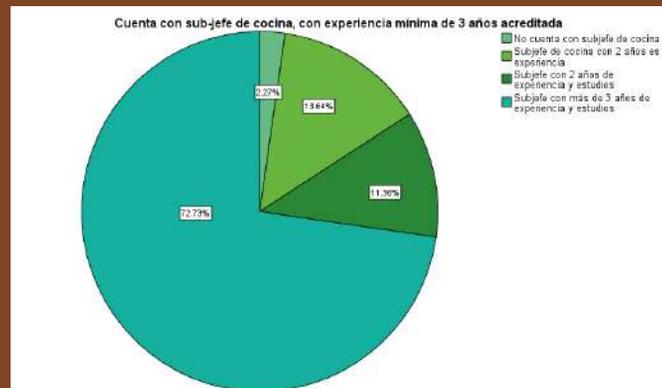
Tabla 21

Subjefe de cocina con experiencia.

Cuenta con sub-jefe de cocina, con experiencia mínima de 3 años acreditada					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	No cuenta con subjefe de cocina	1	2.3	2.3	2.3
	Subjefe de cocina con 2 años de experiencia	6	13.6	13.6	15.9
	Subjefe con 2 años de experiencia y estudios	5	11.4	11.4	27.3
	Subjefe con más de 3 años de experiencia y estudios	32	72.7	72.7	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 18 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 18 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 21 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 2.3% (1 restaurante) no cuentan con subjefe de cocina, mientras que el 13.6% (6 restaurantes) indicaron que cuentan con subjefe de cocina con 2 años de experiencia; por otro lado, el 11.4% (5 restaurantes) cuentan con subjefe de cocina con 2 años de experiencia más estudios y por último el 72.7% (32 restaurantes) cuentan con subjefe de cocina con más de 3 años de experiencia más estudios.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes cuentan con subjefe de cocina en su establecimiento, con más de 3 años de experiencia además de sus estudios, lo que demuestra que cuenta con las condiciones adecuadas para el cargo.

Tabla 22

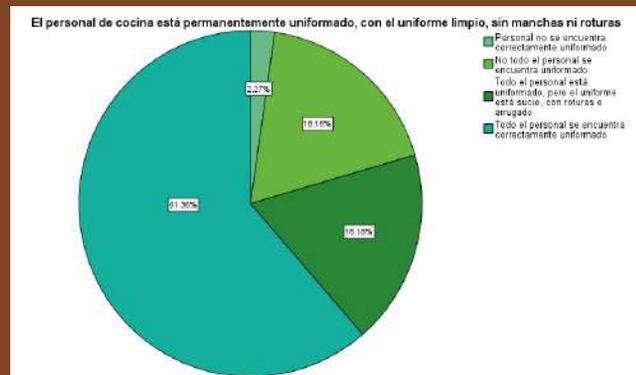
Personal de cocina uniformado y limpio.

El personal de cocina está permanentemente uniformado, con el uniforme limpio, sin manchas ni roturas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Personal no se encuentra correctamente uniformado	1	2.3	2.3	2.3
	No todo el personal se encuentra uniformado	8	18.2	18.2	20.5
	Todo el personal está uniformado, pero el uniforme está sucio, con roturas o arrugado	8	18.2	18.2	38.6
	Todo el personal se encuentra correctamente uniformado	27	61.4	61.4	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 19 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 19 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 22 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 2.3% (1 restaurante) no cuentan con personal correctamente uniformado, mientras que el 18.2% (8 restaurantes) indicaron que no todo el personal se encuentra uniformado; por otro lado, el 18.2% (8 restaurantes) cuentan con personal uniformado, sin embargo, este no se encuentra en óptimas condiciones y por último el 61.4% (27 restaurantes) cuentan con personal correctamente uniformado

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes cuentan con personal correctamente uniformado en su establecimiento.

Tabla 23

Capacitación sanitaria.

El restaurante implementa por lo menos dos veces al año acciones de capacitación sanitaria para el personal encargado de manipular alimentos y otras áreas

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	El personal no está capacitado en BPM	11	25.0	25.0	25.0
	No todo el personal está capacitado en BPM	3	6.8	6.8	31.8
	Todo el personal se encuentra capacitado y con constancia (1 vez al año)	7	15.9	15.9	47.7
	Todo el personal se encuentra capacitado y con constancia (2 veces al año)	23	52.3	52.3	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 20 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 20 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración



En la tabla 23 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 25% (11 restaurantes) indican que el personal no está capacitado por BPM, mientras que el 6.8% (3 restaurantes) indicaron que no todo el personal está capacitado por BPM; por otro lado, el 15.9% (7 restaurantes) cuentan con personal capacitado por BPM una vez al año y con constancia, y por último el 52.3% (23 restaurantes) cuentan con personal capacitado por BPM dos veces al año y con constancia.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes cuentan con personal capacitado en buenas prácticas de manipulación de alimentos, Las capacitaciones se desarrollan dos veces al año. Cuentan con la constancia respectiva en su establecimiento, lo que demuestra total seguridad para el cliente.

Tabla 24

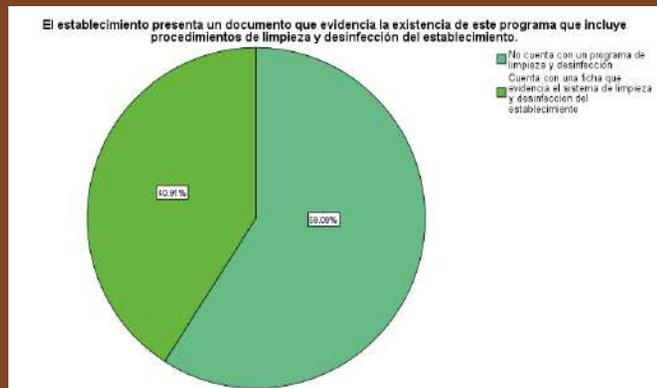
Programa de higiene y saneamiento.

El establecimiento presenta un documento que evidencia la existencia de este programa que incluye procedimientos de limpieza y desinfección del establecimiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con un programa de limpieza y desinfección	26	59.1	59.1	59.1
	Cuenta con una ficha que evidencia el sistema de limpieza y desinfección del establecimiento	18	40.9	40.9	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 20 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de las respuestas de la pregunta 20 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia



En la tabla 24 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 59.1% (26 restaurantes) indican que no cuentan con un programa de limpieza y desinfección, mientras que el 40.9% (18 restaurantes) indicaron que cuentan con una ficha que evidencie el sistema de limpieza y desinfección del establecimiento.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes no cuentan con un programa de limpieza y desinfección en su establecimiento. Lo que demuestra que realizan la actividad de manera sencilla y sin los protocolos establecidos, perjudicando la salud de los trabajadores y clientes.

Tabla 25 ARQUITECTURA Y EQUIPAMIENTO

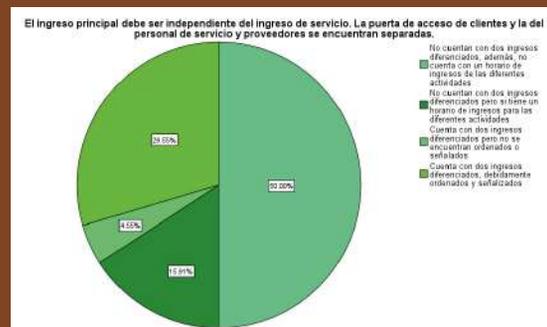
Ingreso principal y de servicio independientes.

El ingreso principal debe ser independiente del ingreso de servicio. La puerta de acceso de clientes y la del personal de servicio y proveedores se encuentran separadas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No cuentan con dos ingresos diferenciados, además, no cuenta con un horario de ingresos de las diferentes actividades	22	50.0	50.0	50.0
No cuentan con dos ingresos diferenciados pero si tiene un horario de ingresos para las diferentes actividades	7	15.9	15.9	65.9
Cuenta con dos ingresos diferenciados pero no se encuentran ordenados o señalados	2	4.5	4.5	70.5
Cuenta con dos ingresos diferenciados, debidamente ordenados y señalados	13	29.5	29.5	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 1 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 1 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 25 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 50.00% (22 restaurantes) no cuentan con dos ingresos diferenciados y con un horario de ingresos de las diferentes actividades, mientras que el 29.55% (13 restaurantes) cuentan con dos ingresos diferenciados, debidamente ordenados y señalados; por otro lado, el 15.91% (7 restaurantes) no cuentan con dos ingresos diferenciados pero si tienen un horario de ingresos para las diferentes actividades y por último 4.55% (2 restaurantes) cuentan con dos ingresos diferenciados pero no se encuentran ordenados o señalados.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mitad de los restaurantes encuestados tienen un solo ingreso y no cuentan con horarios diferenciados para el ingreso de los clientes, personal de servicio y proveedores. Esto puede llegar a generar contaminación cruzada, afectar la atención del comensal, así como generar desorden dentro del establecimiento.

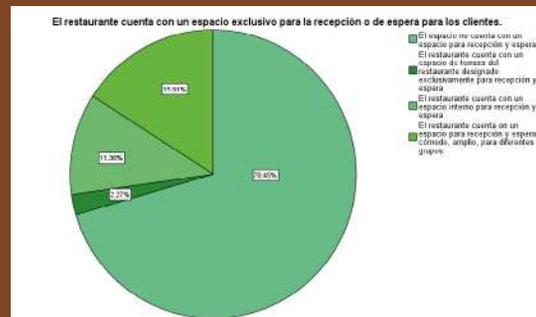
Tabla 26

Área de recepción.

El restaurante cuenta con un espacio exclusivo para la recepción o de espera para los clientes.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El espacio no cuenta con un espacio para recepción y espera	31	70,5	70,5	70,5
	El restaurante cuenta con un espacio de terraza del restaurante designado exclusivamente para recepción y espera	1	2,3	2,3	72,7
	El restaurante cuenta con un espacio interno para recepción y espera	5	11,4	11,4	84,1
	El restaurante cuenta con un espacio para recepción y espera cómodo, amplio, para diferentes grupos	7	15,9	15,9	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 2 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 2 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 26 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 70.45% (31 restaurantes) no cuentan con un espacio para recepción y espera, mientras que el 15.91% (7 restaurantes) cuentan con un espacio para recepción y espera cómodo, amplio, para diferentes grupos; por otro lado, el 11.36% (5 restaurantes) cuentan con un espacio interno para recepción y espera y por último 2.27% (1 restaurante) cuentan con un espacio de terraza del restaurante designado exclusivamente para recepción y espera.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de restaurantes no cuentan con un espacio para la recepción y espera del comensal. Este punto debería ser considerado, ya que, los restaurantes del Centro Histórico de Lima, durante temporada alta suelen ocupar su aforo rápidamente, y al no contar con un espacio que permita la recepción de los clientes para la espera, sus ventas podrían verse afectadas.

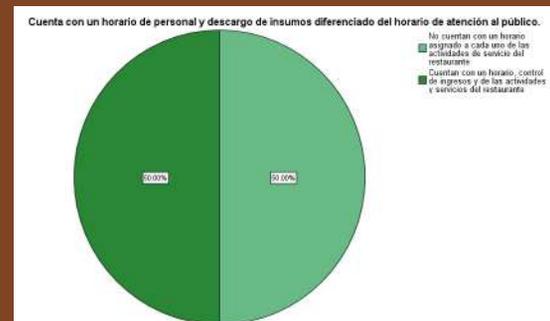
Tabla 27

Horario del personal y proveedores diferenciado del horario de atención al público.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No cuentan con un horario asignado a cada uno de las actividades de servicio del restaurante	22	50.0	50.0	50.0
Cuentan con un horario, control de ingresos y de las actividades y servicios del restaurante	22	50.0	50.0	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 3 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 3 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 27 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 50.00% (22 restaurantes) cuentan con un horario, control de ingresos y de las actividades y servicios del restaurante, mientras que el 50.00% (22 restaurantes) no cuentan con un horario asignado a cada una de las actividades de servicio del restaurante.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mitad de los restaurantes encuestados cuentan con un horario diferenciado dependiendo de la actividad de servicio del restaurante. Esto es positivo, ya que, permite al administrador y colaboradores organizar sus actividades de manera ordenada.

Tabla 28

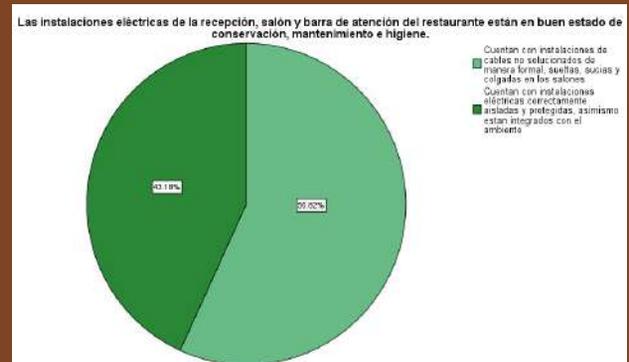
Instalaciones eléctricas o de comunicaciones en buen estado y con instalaciones limpias y protegidas.

Las instalaciones eléctricas de la recepción, salón y barra de atención del restaurante están en buen estado de conservación, mantenimiento e higiene.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cuentan con instalaciones de cables no solucionados de manera formal, sueltas, sucias y colgadas en los salones	25	56.8	56.8	56.8
	Cuentan con instalaciones eléctricas correctamente aisladas y protegidas, asimismo están integrados con el ambiente	19	43.2	43.2	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 4 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 4 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 28 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 56.82% (25 restaurantes) cuentan con instalaciones de cables no solucionados de manera formal, sueltas, sucias y colgadas en los salones, mientras que el 43.18% (19 restaurantes) cuentan con instalaciones eléctricas correctamente aisladas y protegidas, asimismo están integrados con el ambiente.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que más de la mitad de los restaurantes encuestados cuentan con instalaciones de cableado mal resueltos. Esto representa un peligro latente para la integridad física de los colaboradores y clientes, por lo que se debe procurar aislar y proteger estas instalaciones eléctricas lo antes posible.

Tabla 29

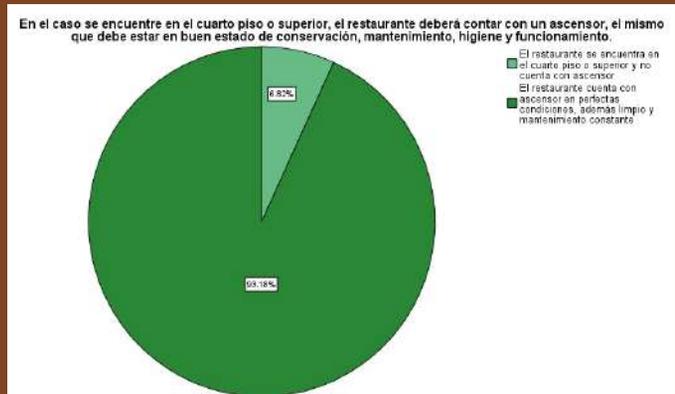
Ascensor en buen estado.

En el caso se encuentre en el cuarto piso o superior, el restaurante deberá contar con un ascensor, el mismo que debe estar en buen estado de conservación, mantenimiento, higiene y funcionamiento.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido El restaurante se encuentra en el cuarto piso o superior y no cuenta con ascensor	3	6.8	6.8	6.8
El restaurante cuenta con ascensor en perfectas condiciones, además limpio y mantenimiento constante	41	93.2	93.2	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 5 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 5 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 29 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 93.18% (41 restaurantes) cuentan con ascensor en perfectas condiciones, limpio y con mantenimiento constante, mientras que el 6.82% (3 restaurantes) se encuentran en el cuarto piso o superior y no cuentan con ascensor.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con el ascensor en perfectas condiciones. Los que se ubican en un piso inferior al cuarto, no requieren de su instalación.

Tabla 30

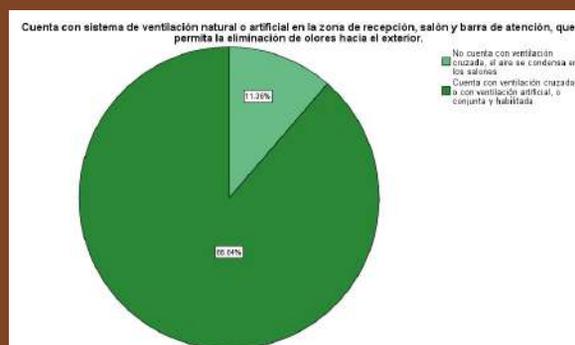
Sistema de ventilación o aire acondicionado.

Cuenta con sistema de ventilación natural o artificial en la zona de recepción, salón y barra de atención, que permita la eliminación de olores hacia el exterior.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con ventilación cruzada, el aire se condensa en los salones	5	11.4	11.4	11.4
	Cuenta con ventilación cruzada o con ventilación artificial, o conjunta y habilitada	39	88.6	88.6	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 6 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 6 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 30 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 88.64% (39 restaurantes) cuentan con ventilación cruzada o con ventilación artificial, o conjunta y habilitada, mientras que el 11.36% (5 restaurantes) no cuentan con ventilación cruzada, el aire se condensa en los salones.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con un adecuado sistema de ventilación. Este es importante, ya que, permite una correcta circulación del aire y de olores.

Tabla 31

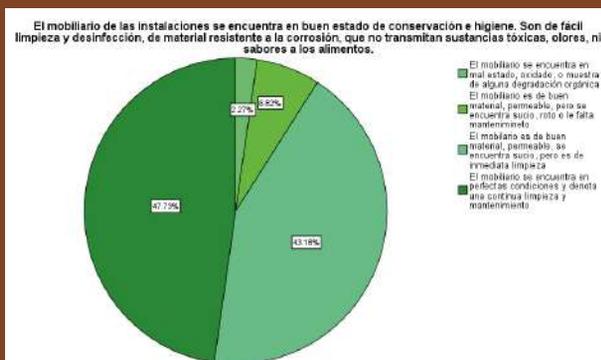
Mobiliario y elementos decorativos en buen estado.

El mobiliario de las instalaciones se encuentra en buen estado de conservación e higiene. Son de fácil limpieza y desinfección, de material resistente a la corrosión, que no transmitan sustancias tóxicas, olores, ni sabores a los alimentos.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
El mobiliario se encuentra en mal estado oxidado, o muestra de alguna degradación orgánica	1	2.3	2.3	2.3
El mobiliario es de buen material, permeable, pero se encuentra sucio, roto o le falta mantenimiento	3	6.8	6.8	9.1
El mobiliario es de buen material, permeable, se encuentra sucio, pero es de inmediata limpieza	19	43.2	43.2	52.3
El mobiliario se encuentra en perfectas condiciones y denota una continua limpieza y mantenimiento	21	47.7	47.7	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 7 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 7 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 30 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 47.73% (21 restaurantes) sus mobiliarios se encuentran en perfectas condiciones y denota una continua limpieza y mantenimiento, el 43.18% (19 restaurantes) sus mobiliarios son de buen material, permeables, pero se encuentran sucios, por lo que se requiere de inmediata limpieza; por otro lado, el 6.82% (3 restaurantes) sus mobiliarios son de buen material, permeables, pero se encuentran sucios, rotos o les falta mantenimiento y por último 2.27% (1 restaurante) su mobiliario se encuentra en mal estado, oxidado, y muestra degradación orgánica.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados tienen sus mobiliarios en perfectas condiciones, sin embargo, en algunos casos están sucios, por lo que se requiere efectuar una inmediata limpieza.

Tabla 32

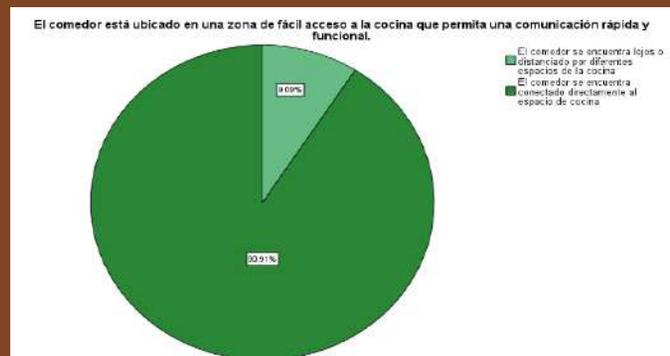
Comedor ubicado cerca de la cocina.

El comedor está ubicado en una zona de fácil acceso a la cocina que permita una comunicación rápida y funcional.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	El comedor se encuentra lejos o distanciado por diferentes espacios de la cocina	4	9.1	9.1	9.1
	El comedor se encuentra conectado directamente al espacio de cocina	40	90.9	90.9	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 8 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 8 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 32 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 90.91% (40 restaurantes) sus comedores se encuentran conectados directamente al espacio de cocina, mientras que el 9.09% (4 restaurantes) su comedor se encuentra lejos o distanciado por diferentes espacios de la cocina.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados tienen su cocina cerca al salón. Permitiendo una comunicación directa entre estas zonas, agilizando la entrega de pedidos.

Tabla 33

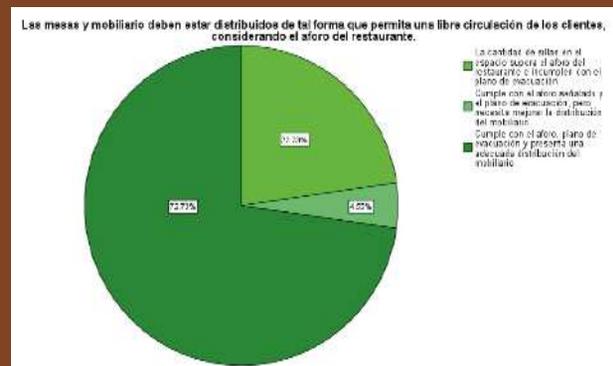
Distribución de mesas con libre circulación.

Las mesas y mobiliario deben estar distribuidos de tal forma que permita una libre circulación de los clientes, considerando el aforo del restaurante.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido:	La cantidad de sillas en el espacio supera el aforo del restaurante e incumple con el plano de evacuación	10	22.7	22.7	22.7
	Cumple con el aforo señalado y el plano de evacuación, pero necesita mejorar la distribución del mobiliario	2	4.5	4.5	27.3
	Cumple con el aforo, plano de evacuación y presenta una adecuada distribución del mobiliario	32	72.7	72.7	100.0
Total		44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 9 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 9 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 33 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 72.73% (32 restaurantes) cumplen con el aforo, plano de evacuación y presentan una adecuada distribución del mobiliario, mientras que el 22.73% (10 restaurantes) cuentan con una cantidad de sillas en el espacio que supera el aforo del restaurante e incumplen con el plano de evacuación y por último 4.55% (2 restaurantes) cumplen con el aforo señalado y el plano de evacuación, pero necesitan mejorar la distribución del mobiliario.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados presentan una adecuada distribución del mobiliario, considerando el aforo del local. Lo que permite el desarrollo del plan de evacuación en caso se requiera.

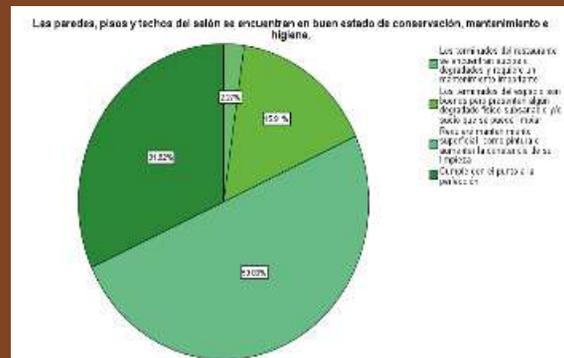
Tabla 34

Comedor en buen estado.

Las paredes, pisos y techos del salón se encuentran en buen estado de conservación, mantenimiento e higiene.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Los terminados del restaurante se encuentran sucios o degradados y requieren un mantenimiento importante	1	2.3	2.3	2.3
	Los terminados del espacio son buenos pero presentan algún degradado físico sucio que se puede limpiar	7	15.9	15.9	18.2
	Requiere mantenimiento superficial, como pintura o aumentar la constancia de su limpieza	22	50.0	50.0	68.2
	Cumple con el punto a la perfección	14	31.8	31.8	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 10 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 10 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 32 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 50.00% (22 restaurantes) requieren de un mantenimiento de pintura o de limpieza constante, mientras que el 31.82% (14 restaurantes) cumplen con sus acabados en buen estado; por otro lado, el 15.91% (7 restaurantes) sus acabados del espacio son buenos pero con algún degradado físico subsanable y/o sucio que se puede limpiar y por último 2.27% (1 restaurante) sus acabados del restaurante se encuentran sucios o degradados y requieren un mayor mantenimiento.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con acabados en perfectas condiciones, sin embargo, en algunos casos se requiere un mantenimiento superficial.

Tabla 35

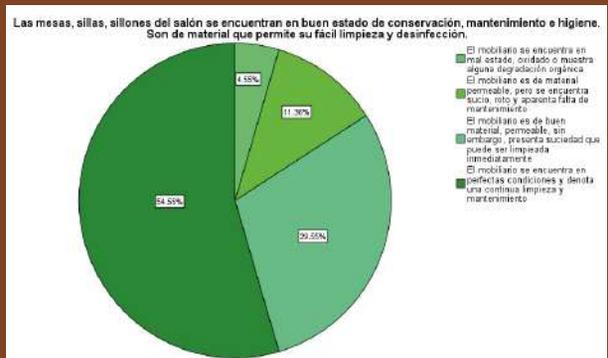
Comedor con mobiliario en buen estado.

Las mesas, sillas, sillones del salón se encuentran en buen estado de conservación, mantenimiento e higiene. Son de material que permite su fácil limpieza y desinfección.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mallo El mobiliario se encuentra en mal estado, oxidado o muestra alguna degradación orgánica	2	4.5	4.5	4.5
El mobiliario es de material permeable, pero se encuentra sucio, roto y aparenta falta de mantenimiento	5	11.4	11.4	15.9
El mobiliario es de buen material, permeable, sin embargo, presenta suciedad que puede ser limpiada inmediatamente	13	29.5	29.5	45.5
El mobiliario se encuentra en perfectas condiciones y denota una continua limpieza y mantenimiento	24	54.6	54.5	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 11 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 11 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 32 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 54.55% (24 restaurantes) sus mobiliarios se encuentran en perfectas condiciones y denota una continua limpieza y mantenimiento, mientras que el 29.55% (13 restaurantes) sus mobiliarios son de buen material, permeables, sin embargo, presentan suciedad que podrían ser limpiados inmediatamente; por otro lado, el 11.36% (5 restaurantes) sus mobiliarios son de material permeables, pero se encuentra sucio, roto y aparenta falta de mantenimiento y por último 4.55% (2 restaurantes) sus mobiliarios se encuentran en mal estado, oxidados o muestran alguna degradación orgánica.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados tienen sus mobiliarios del salón en perfectas condiciones, sin embargo, en algunos casos estos presentan suciedad que pueden ser limpiados inmediatamente.

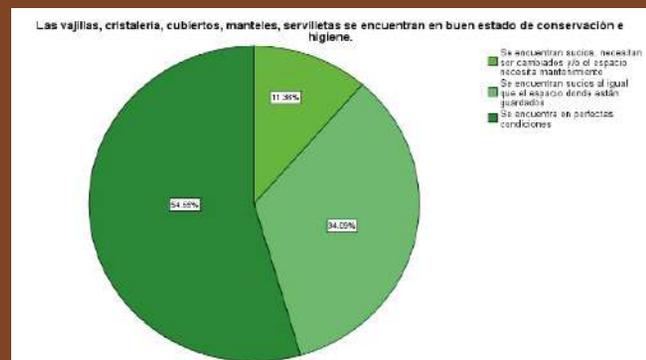
Tabla 36

Menajería y mantelería en buen estado.

Las vajillas, cristalería, cubiertos, manteles, servilletas se encuentran en buen estado de conservación e higiene.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se encuentran sucios, necesitan ser cambiados y/o el espacio necesita mantenimiento	5	11.4	11.4	11.4
	Se encuentran sucios al igual que el espacio donde están guardados	15	34.1	34.1	45.5
	Se encuentra en perfectas condiciones	24	54.5	54.5	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 12 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 12 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 36 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 54.55% (24 restaurantes) se encuentran en perfectas condiciones, mientras que el 34.09% (15 restaurantes) se encuentran sucios al igual que el espacio donde están guardados y por último 11.36% (5 restaurantes) se encuentran sucios, necesitan ser cambiados y/o el espacio necesita mantenimiento.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que más de la mitad de los restaurantes encuestados tienen su menajería y mantelería en perfectas condiciones.

Tabla 37

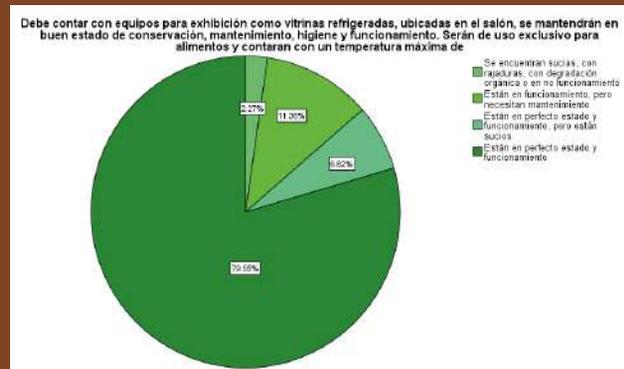
Equipos para exhibición en buen estado.

Debe contar con equipos para exhibición como vitrinas refrigeradas, ubicadas en el salón, se mantendrán en buen estado de conservación, mantenimiento, higiene y funcionamiento. Serán de uso exclusivo para alimentos y contarán con un temperatura máxima de

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se encuentran sucias, con rajaduras, con degradación orgánica o en no funcionamiento	1	2.3	2.3	2.3
	Están en funcionamiento, pero necesitan mantenimiento	5	11.4	11.4	13.6
	Están en perfecto estado y funcionamiento, pero están sucios	3	6.8	6.8	20.6
	Están en perfecto estado y funcionamiento	35	79.5	79.5	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 13 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 13 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 37 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 79.55% (35 restaurantes) están en perfecto estado y funcionamiento, mientras que el 11.36% (5 restaurantes) están en funcionamiento, pero necesitan mantenimiento; por otro lado, el 6.82% (3 restaurantes) están en perfecto estado y funcionamiento, pero están sucios y por último 2.27% (1 restaurante) se encuentran sucias, con rajaduras, con degradación orgánica y no funciona.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con sus equipos de exhibición en perfecto estado y funcionamiento.

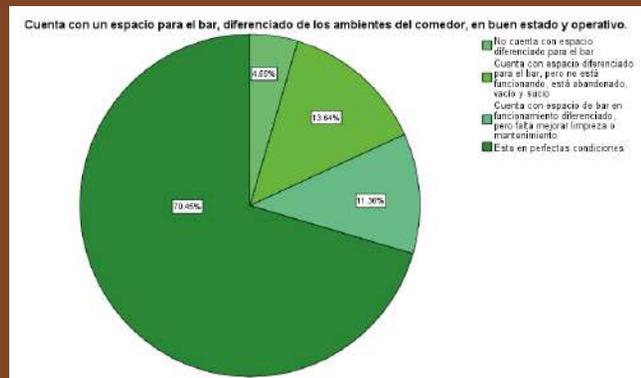
Tabla 38

Bar.

Cuenta con un espacio para el bar, diferenciado de los ambientes del comedor, en buen estado y operativo.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con espacio diferenciado para el bar	2	4.5	4.5	4.5
	Cuenta con espacio diferenciado para el bar, pero no está funcionando, está abandonado, vacío y sucio	6	13.6	13.6	18.2
	Cuenta con espacio de bar en funcionamiento diferenciado, pero falta mejorar limpieza o mantenimiento	5	11.4	11.4	29.5
	Esta en perfectas condiciones	31	70.5	70.5	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 14 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 14 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 38 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 70.5% (31 restaurantes) están en perfectas condiciones, mientras que el 13.6% (6 restaurantes) cuentan con espacio diferenciado para el bar, sin funcionamiento, en estado de abandono, vacío y sucio; por otro lado, el 11.4% (5 restaurantes) cuentan con el espacio de bar en funcionamiento diferenciado, pero falta mejorar limpieza o mantenimiento y por último 4.5% (2 restaurantes) no cuentan con el espacio diferenciado para el bar.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con su zona de bar en perfectas condiciones o por otro lado, por la especialidad del restaurante no se requiere un bar.

Tabla 39

Cava de vinos.

Cuenta con una cava de vinos en el restaurante. Espacio exclusivo que cumpla condiciones térmicas y de iluminación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No cuenta con espacio diferenciado para cava	8	18.2	18.2	18.2
Está en perfectas condiciones	36	81.8	81.8	100.0
Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 15 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 15 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 39 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 81.8% (36 restaurantes) están en perfectas condiciones, mientras que el 18.2% (8 restaurantes) no cuentan con espacio diferenciado para cava.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con su cava de vinos en perfectas condiciones o por otro lado, por la especialidad del restaurante no se requiere una cava de vinos.

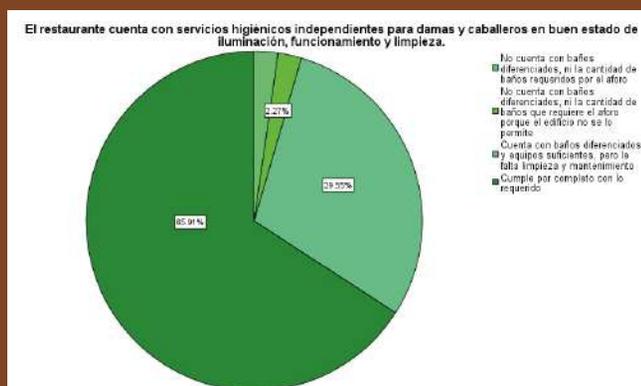
Tabla 40

Servicios higiénicos independientes para damas y caballeros.

El restaurante cuenta con servicios higiénicos independientes para damas y caballeros en buen estado de iluminación, funcionamiento y limpieza.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	No cuenta con baños diferenciados, ni la cantidad de baños requeridos por el aforo	1	2.3	2.3	2.3
	No cuenta con baños diferenciados, ni la cantidad de baños que requiere el aforo porque el edificio no se lo permite	1	2.3	2.3	4.5
	Cuenta con baños diferenciados y equipos suficientes, pero le falta limpieza y mantenimiento	13	29.5	29.5	34.1
	Cumple por completo con lo requerido	29	65.9	65.9	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 16 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 16 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 40 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 65.9% (29 restaurantes) cumplen por completo con lo requerido, mientras que el 29.5% (13 restaurantes) cuentan con baños diferenciados y equipos suficientes, pero presentan falta de limpieza y mantenimiento; por otro lado, el 2.3% (1 restaurantes) no cuenta con baños diferenciados, ni la cantidad de baños que requiere el aforo porque el edificio no se lo permite y por último 2.3% (1 restaurante) no cuenta con baños diferenciados, ni la cantidad de baños requeridos por el aforo.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con baños diferenciados bien equipados, sin embargo, en algunos casos se detectó que falta limpieza y/o mantenimiento.

Tabla 41

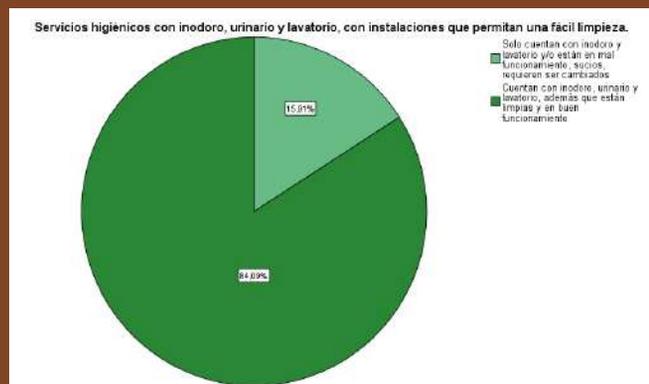
Servicios higiénicos con infraestructura adecuada.

Servicios higiénicos con inodoro, urinario y lavatorio, con instalaciones que permitan una fácil limpieza.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Solo cuentan con inodoro y lavatorio y/o están en mal funcionamiento, sucios, requieren ser cambiados	7	15,9	15,9	15,9
Cuentan con inodoro, urinario y lavatorio, además que están limpias y en buen funcionamiento	37	84,1	84,1	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 17 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 17 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 41 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 84,09% (37 restaurantes) cuentan con inodoro, urinario y lavatorio, limpios y en buen funcionamiento, por otro lado, el 15,91% (7 restaurantes) solo cuentan con inodoro y lavatorio, y/o están en mal funcionamiento, sucios o requieren ser cambiados.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con inodoro, urinario y lavatorio limpios y en buen funcionamiento, comprobando que cuentan con el equipamiento y limpieza adecuados para los servicios higiénicos de los comensales.

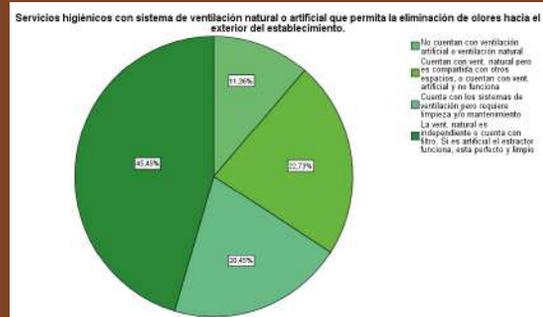
Tabla 42

Servicios higiénicos con sistema de ventilación.

Servicios higiénicos con sistema de ventilación natural o artificial que permita la eliminación de olores hacia el exterior del establecimiento.					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	No cuentan con ventilación artificial o ventilación natural	5	11,4	11,4	11,4
	Cuentan con vent. natural pero es compartida con otros espacios, o cuentan con vent. artificial y no funciona	10	22,7	22,7	34,1
	Cuenta con los sistemas de ventilación pero requiere limpieza y/o mantenimiento	9	20,5	20,5	54,5
	La vent. natural es independiente o cuenta con filtro. Si es artificial el extractor funciona, está perfecto y limpio	20	45,5	45,5	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 18 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 18 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 42 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: en el 45.45% (20 restaurantes) la ventilación natural es independiente o cuenta con filtro y, para la ventilación artificial, los extractores están en funcionamiento, perfecto estado y limpios, mientras que el 22.73% (10 restaurantes) cuentan con ventilación natural pero es compartida con otros espacios, o cuentan con ventilación artificial pero no funcionan debidamente; por otro lado, el 20.45% (9 restaurantes) cuentan con los sistemas de ventilación pero requieren limpieza y/o mantenimiento y por último, el 11.36% (5 restaurantes) no cuentan con ventilación natural o artificial.

Interpretación:

Según los datos obtenidos, se puede concluir que menos de la mitad de los restaurantes cuentan con una ventilación natural o artificial adecuada, en buen estado de

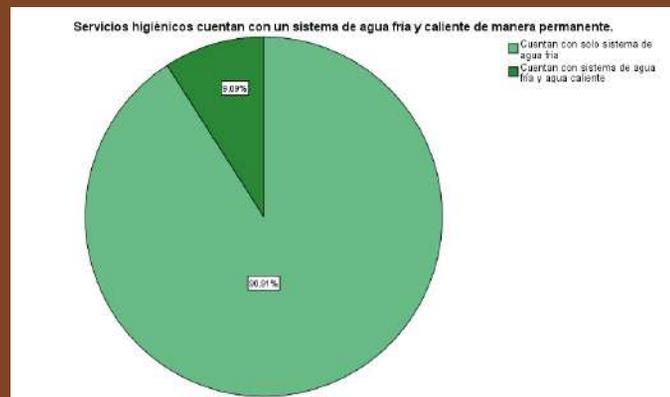
Tabla 43

Servicios higiénicos con sistema de agua fría y caliente.

Servicios higiénicos cuentan con un sistema de agua fría y caliente de manera permanente.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cuentan con solo sistema de agua fría	40	90,9	90,9	90,9
	Cuentan con sistema de agua fría y agua caliente	4	9,1	9,1	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 19 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 19 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 43 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 90.91% (40 restaurantes) cuentan solo con sistema de agua fría, mientras que el 9.09% (4 restaurantes) cuentan con sistema de agua fría y agua caliente.

Interpretación

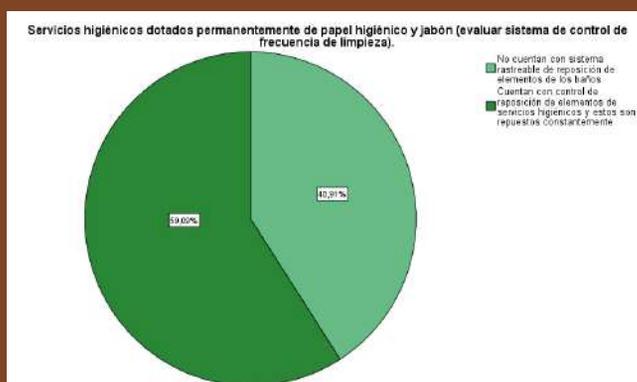
Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes no cuentan con ambos sistemas de agua fría y caliente, factor requerido para obtener las más altas categorías en cuanto a restaurantes.

Tabla 44

Servicios higiénicos dotados de papel higiénico y jabón.

Nota: El gráfico de frecuencia muestra los porcentajes de la pregunta 20 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuentan con sistema rastreable de reposición de elementos de los baños	18	40,9	40,9	40,9
	Cuentan con control de reposición de elementos de servicios higiénicos y estos son repuestos constantemente	26	59,1	59,1	100,0
	Total	44	100,0	100,0	



Nota: La tabla de frecuencia determina el resultado de la pregunta 20 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 44 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 59.09% (26 restaurantes) cuentan con control de reposición de elementos de servicios higiénicos y estos son repuestos constantemente, mientras que el 40.91% (18 restaurantes) no cuentan con sistema de control para la reposición de los elementos de servicios..

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes están dotados con los elementos de baño y son eficientes en la reposición de los mismos.

Tabla 45

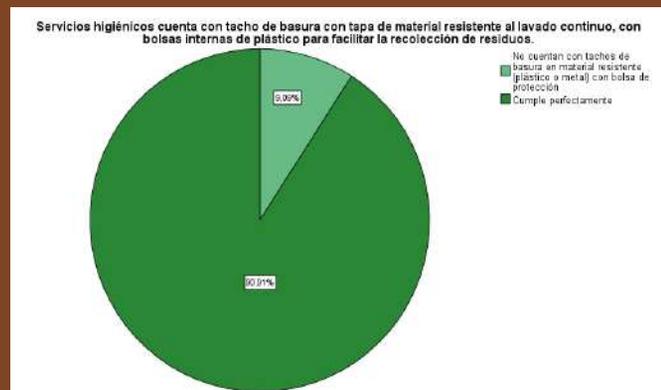
Servicios higiénicos con tacho de basura con tapa de material resistente al lavado continuo.

Servicios higiénicos cuenta con tacho de basura con tapa de material resistente al lavado continuo, con bolsas internas de plástico para facilitar la recolección de residuos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No cuentan con tachos de basura en material resistente (plástico o metal) con bolsa de protección	4	9,1	9,1	9,1
Cumple perfectamente	40	90,9	90,9	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 21 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 21 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 45 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 90.91% (40 restaurantes) cuentan con tachos de basura en material resistente con bolsa de protección, mientras que el 9.09% (4 restaurantes) no cuentan con ello en su totalidad o se encuentran en mal estado.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes cuentan con tachos de basura apropiados para mantener una mayor limpieza en los servicios higiénicos.

Tabla 46

Servicios higiénicos con medios higiénicos para secarse las manos.

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 22 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No cuenta con ningún medio para secarse las manos	7	15,9	15,9	15,9
Cuentan con toallas desechables y/o secadores, pero requiere limpieza y/o mantenimiento del sistema	3	6,8	6,8	22,7
Cuenta con toallas desechables y/o secadores pero requiere abastecimiento	4	9,1	9,1	31,8
Cuenta con toallas desechables y/o secadores en perfecto estado y/o abastecimiento	30	68,2	68,2	100,0
Total	44	100,0	100,0	



Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 22 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 46 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 68.18% (30 restaurantes) cuentan con toallas desechables y/o secadores en perfecto estado y abastecimiento, mientras que el 15.91% (7 restaurantes) no cuentan con ningún medio para secarse las manos; por otro lado, el 9.09% (4 restaurantes) cuentan con toallas desechables y/o secadores pero requiere abastecimiento y por último, el 6.82% (3 restaurantes) cuentan con toallas desechables y/o secadores pero requieren de limpieza y/o mantenimiento del sistema.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes cuentan con toallas desechables y/o secadores en perfecto estado y abastecimiento, contribuyendo a la percepción de calidad y satisfacción del cliente.

Tabla 47

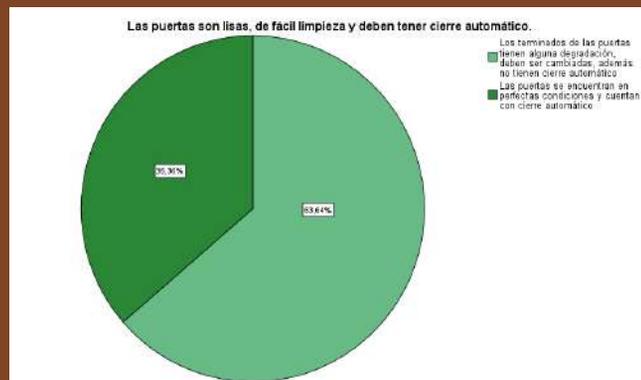
Servicios higiénicos con cierre automático.

Las puertas son lisas, de fácil limpieza y deben tener cierre automático.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Los terminados de las puertas tienen alguna degradación, deben ser cambiadas, además no tienen cierre automático	28	63,6	63,6	63,6
	Las puertas se encuentran en perfectas condiciones y cuentan con cierre automático	16	36,4	36,4	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 23 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 23 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 47 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: en el 63.64% (28 restaurantes) Los terminados de las puertas de los servicios higiénicos tiene alguna degradación, deben ser cambiadas y no cuentan con cierre automático, mientras que en el 36.36% (16 restaurantes) las puertas se encuentran en perfectas condiciones y cuentan con cierre automático.

Interpretación

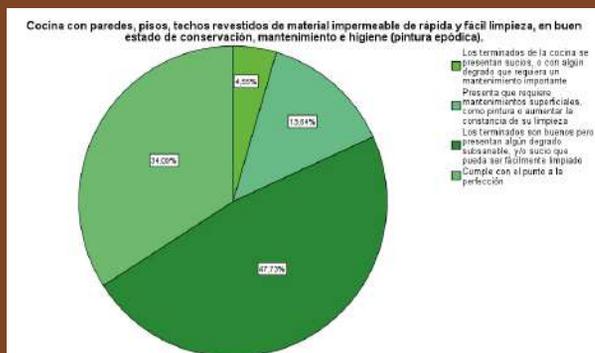
Según los datos obtenidos, se puede concluir que en la mayoría de los restaurantes los terminados de las puertas de los servicios necesitan algún tipo de mantenimiento, ser cambiadas y no cuentan con cierre automático.

Tabla 48

Cocina con infraestructura adecuada.

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 21 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Los terminados de la cocina se presentan sucios, o con algún grado de deterioro que requiera un mantenimiento importante.	2	4,5	4,5	4,5
	Presenta que requiere mantenimientos superficiales, como pintura o aumentar la constancia de su limpieza.	6	13,6	13,6	18,2
	Los terminados son buenos pero presentan algún grado de deterioro, ya sucio que pueda ser fácilmente limpiado.	21	47,7	47,7	65,9
	Cumple con el punto a la perfección.	15	34,1	34,1	100,0
	Total	44	100,0	100,0	



Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 21 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 48 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: en el 47.73% (21 restaurantes), los terminados de la cocina son buenos pero presentan algún deterioro subsanable y/o sucio que pueda ser fácilmente limpiado, mientras que en el 34.09% (15 restaurantes) los terminados se encuentran en perfecto estado; por otro lado, el 13.64% (6 restaurantes) presentan que los terminados requieren mantenimientos superficiales, como pintura o aumentar la constancia de su limpieza y por último, en el 4.55% (2 restaurantes) los terminados se presentan sucios, o con algún deterioro que requiera de un mantenimiento importante.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que en la mayoría de los restaurantes los terminados de la cocina son buenos, pero requieren limpieza o algún mantenimiento menor, factor que, a pesar de ser negativo, tiene fácil solución.

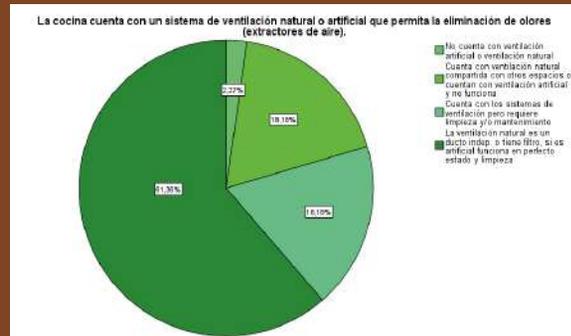
Tabla 49

Cocina con sistema de ventilación.

La cocina cuenta con un sistema de ventilación natural o artificial que permita la eliminación de olores (extractores de aire).					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con ventilación artificial o ventilación natural	1	2,3	2,3	2,3
	Cuenta con ventilación natural compartida con otros espacios o cuentan con ventilación artificial y no funciona	8	18,2	18,2	20,5
	Cuenta con los sistemas de ventilación pero requieren limpieza y/o mantenimiento	8	18,2	18,2	38,6
	La ventilación natural es un ducto indep. o tiene filtro, si es artificial funciona en perfecto estado y limpieza.	27	61,4	61,4	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 25 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 25 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 49 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: en el 61.36% (27 restaurantes) la ventilación natural es un ducto independiente o tiene filtro, y el artificial se encuentra en perfecto estado y limpieza, mientras que el 18.18% (8 restaurantes) cuentan con los sistemas de ventilación pero requieren limpieza y/o mantenimiento; por otro lado, el 18.18% (8 restaurantes) cuentan con ventilación natural compartida con otros espacios o cuentan con ventilación artificial pero no está en funcionamiento, y por último, el 2.27% (1 restaurante) no cuentan con ventilación natural o artificial.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que en la mayoría de los restaurantes la ventilación de la cocina, ya sea natural o artificial, funciona de manera correcta, no es compartida con otros espacios, y tiene buena limpieza.

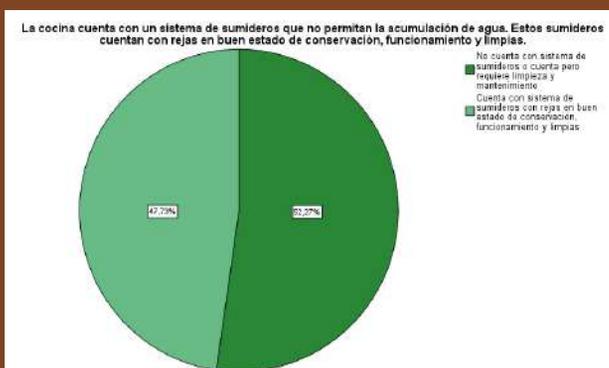
Tabla 50

Cocina con sistema de sumideros en buen estado.

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 26 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

La cocina cuenta con un sistema de sumideros que no permitan la acumulación de agua. Estos sumideros cuentan con rejillas en buen estado de conservación, funcionamiento y limpias.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con sistema de sumideros o cuenta pero requiere limpieza y mantenimiento	23	52,3	52,3	52,3
	Cuenta con sistema de sumideros con rejillas en buen estado de conservación, funcionamiento y limpias	21	47,7	47,7	100,0
	Total	44	100,0	100,0	



Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 26 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 50 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 52.27% (23 restaurantes) no cuentan con sistema de sumideros o si cuentan, requieren de limpieza y mantenimiento, mientras que el 47.73% (21 restaurantes) cuentan con sistema de sumideros con rejillas en buen estado de conservación, funcionamiento y limpieza.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes no cuentan con un sistema de sumideros o estos requieren limpieza y/o mantenimiento, lo cual dificulta la limpieza de la cocina.

Tabla 51

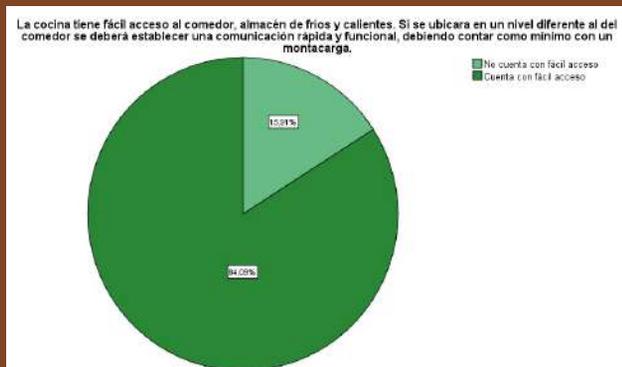
Cocina con fácil acceso a comedor y almacén.

La cocina tiene fácil acceso al comedor, almacén de fríos y calientes. Si se ubicara en un nivel diferente al del comedor se deberá establecer una comunicación rápida y funcional, debiendo contar como mínimo con un montacarga.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No cuenta con fácil acceso	7	15,9	15,9	15,9
Cuenta con fácil acceso	37	84,1	84,1	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 27 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 27 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 51 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: en el 84,09% (37 restaurantes), la cocina cuenta con fácil acceso al comedor y almacenes, mientras que el 15,91% (7 restaurantes) no.

Interpretación

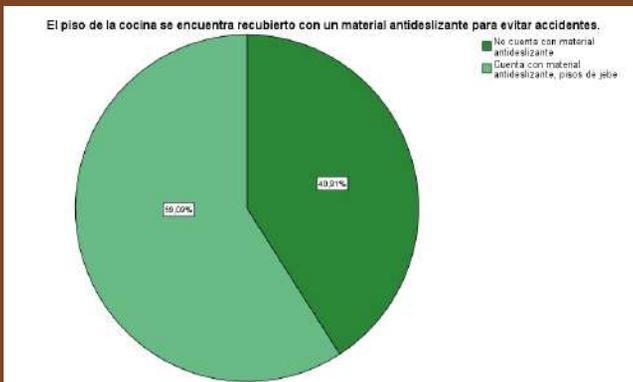
Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes cuentan con fácil acceso de la cocina hacia el comedor y a los almacenes, siendo el traslado de productos más rápido y sin interrupción a otros espacios.

Tabla 52

Piso cubierto con un material antideslizante.

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 28 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con material antideslizante	18	40,9	40,9	40,9
	Cuenta con material antideslizante, pisos de jebe	26	59,1	59,1	100,0
	Total	44	100,0	100,0	



Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 28 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 52 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 59,09% (26 restaurantes) cuentan con material antideslizante en el piso de la cocina, mientras que el 40,91% (18 restaurantes) no cuentan con material antideslizante.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes cuentan con material antideslizante en el piso de la cocina, un factor muy importante para prevenir accidentes en el área de mayor riesgo del restaurante.

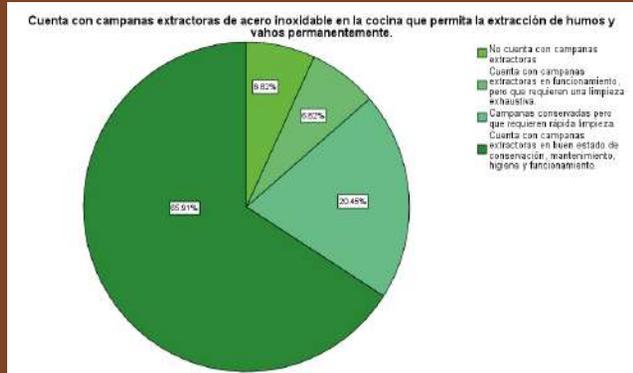
Tabla 53

Cocina con campanas extractoras en buen estado.

Cuenta con campanas extractoras de acero inoxidable en la cocina que permita la extracción de humos y vahos permanentemente.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con campanas extractoras	3	6.8	6.8	6.8
	Cuenta con campanas extractoras en funcionamiento, pero que requieren una limpieza exhaustiva	3	6.8	6.8	13.6
	Campanas conservadas pero que requieren rápida limpieza.	9	20.5	20.5	34.1
	Cuenta con campanas extractoras en buen estado de conservación, mantenimiento, higiene y funcionamiento.	29	65.9	65.9	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 29 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 29 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 53 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 65.91% (29 restaurantes) cuentan con campanas extractoras en buen estado de conservación, mantenimiento, higiene y funcionamiento, mientras que el 20.5% (9 restaurantes) cuentan con campanas conservadas pero requieren inmediata limpieza; por otro lado, el 6.82% (3 restaurantes) tienen campanas extractoras en funcionamiento, pero requieren una limpieza exhaustiva y por último 6.82% (3 restaurantes) no cuentan con campanas extractoras.

Interpretación

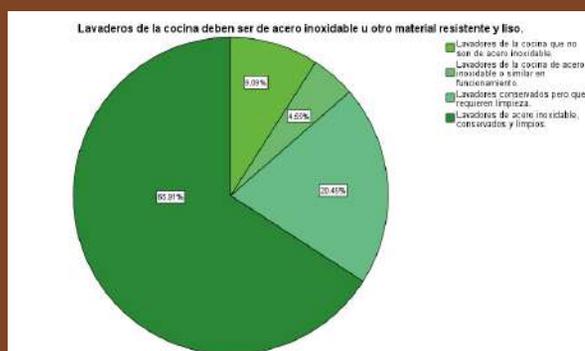
Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con campanas extractoras en buen estado de conservación, mantenimiento, higiene y funcionamiento que permite la extracción de humos y vahos permanentemente, asegurando la ventilación adecuada de la cocina.

Tabla 54

Los lavaderos de la cocina deben ser de acero inoxidable u otro material resistente y liso en buen estado

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 30 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Lavaderos de la cocina que no son de acero inoxidable.	4	9.1	9.1	9.1
	Lavaderos de la cocina de acero inoxidable o similar en funcionamiento.	2	4.5	4.5	13.6
	Lavaderos conservados pero que requieren limpieza.	9	20.5	20.5	34.1
	Lavaderos de acero inoxidable, conservados y limpios.	29	65.9	65.9	100.0
	Total	44	100.0	100.0	



Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 30 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 54 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 65.9% (29 restaurantes) tienen lavaderos de acero inoxidable, conservados y limpios, mientras que el 20.5% (9 restaurantes) cuentan con lavaderos conservados pero que requieren limpieza, por otro lado, el 9.1% (4 restaurantes) poseen lavaderos de la cocina que no son de acero inoxidable y por último el 4.5% (2 restaurantes) cuentan con lavaderos de la cocina de acero inoxidable o similar en funcionamiento.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con lavaderos de acero inoxidable, conservados y limpios para el desempeño de sus labores, factor fundamental en la contribución al aseguramiento de la inocuidad de los alimentos.

Tabla 55

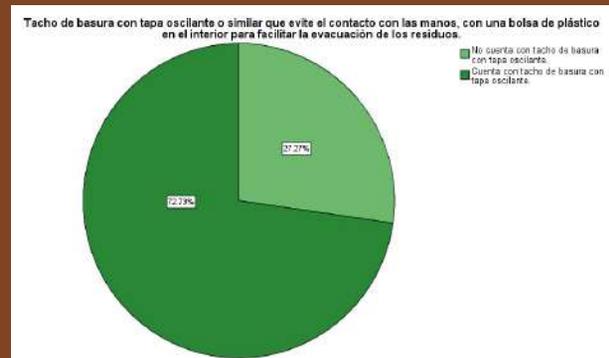
Tacho de basura con tapa oscilante.

Tacho de basura con tapa oscilante o similar que evite el contacto con las manos, con una bolsa de plástico en el interior para facilitar la evacuación de los residuos.

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	No cuenta con tacho de basura con tapa oscilante.	12	27.3	27.3	27.3
	Cuenta con tacho de basura con tapa oscilante.	32	72.7	72.7	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 31 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 31 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 55 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 72.7% (32 restaurantes) cuentan con tacho de basura con tapa oscilante, mientras que el 27.3% (12 restaurantes) no cuentan con tacho de basura con tapa oscilante.

Interpretación

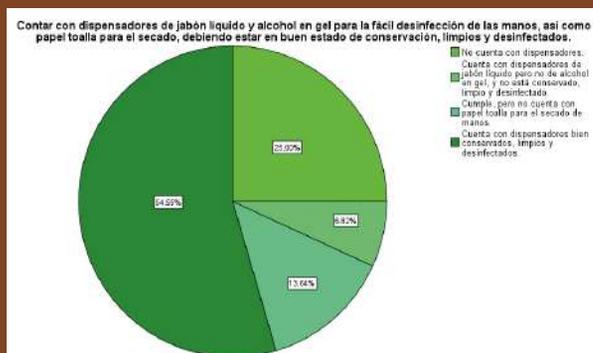
Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con tacho de basura con tapa oscilante para evitar contaminación y facilitar la evacuación de los residuos.

Tabla 56

Dispensadores de jabón líquido y alcohol en gel.

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 32 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido: No cuenta con dispensadores.	11	25.0	25.0	25.0
Cuenta con dispensadores de jabón líquido pero no de alcohol en gel, y no está conservado, limpio y desinfectado.	3	6.8	6.8	31.8
Cumple, pero no cuenta con papel toalla para el secado de manos.	6	13.6	13.6	45.5
Cuenta con dispensadores bien conservados, limpios y desinfectados.	24	54.5	54.5	100.0
Total	44	100.0	100.0	



Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 32 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 56 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 54.5% (24 restaurantes) cuentan con dispensadores bien conservados, limpios y desinfectados, mientras que el 25.0% (11 restaurantes) no cuentan con dispensadores, el 13.6% (6 restaurantes) cumplen pero no cuentan con papel toalla para el secado de manos y por último 6.8% (3 restaurantes) cuentan con dispensadores de jabón líquido pero no de alcohol en gel, y no está conservado, limpio y desinfectado.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con dispensadores bien conservados, limpios y desinfectados para el uso de sus clientes, lo cual contribuye al factor de la percepción de la calidad de los servicios.

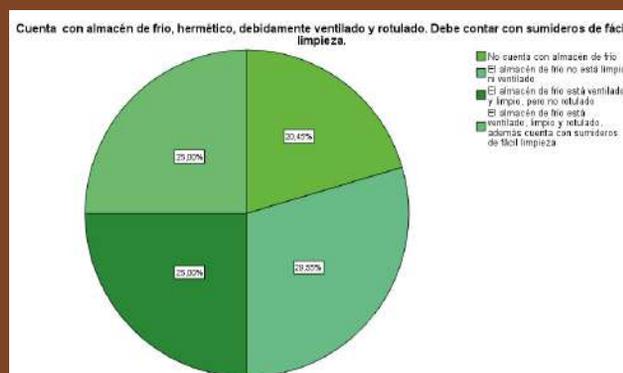
Tabla 57

Almacén de frío.

Cuenta con almacén de frío, hermético, debidamente ventilado y rotulado. Debe contar con sumideros de fácil limpieza.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con almacén de frío	9	20,5	20,5	20,5
	El almacén de frío no está limpio ni ventilado	13	29,5	29,5	50,0
	El almacén de frío está ventilado y limpio, pero no rotulado	11	25,0	25,0	75,0
	El almacén de frío está ventilado, limpio y rotulado, además cuenta con sumideros de fácil limpieza	11	25,0	25,0	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 33 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 33 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 57 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: en el 29.55% (13 restaurantes) el almacén de frío no está limpio ni ventilado, mientras que en el 25% (11 restaurantes) el almacén está ventilado y limpio, pero no rotulado; en otro 25% (11 restaurantes) el almacén está ventilado, limpio y rotulado, además cuenta con sumideros de fácil limpieza y por último, el 20.45% (9 restaurantes) no cuentan con almacén de frío.

Interpretación

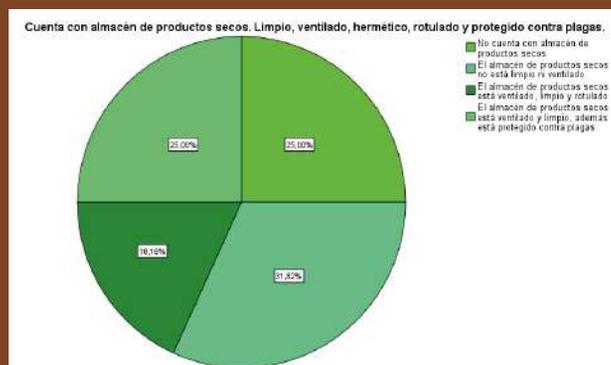
Según los datos obtenidos, se puede concluir que solo un cuarto de los restaurantes cuenta con su almacén de frío limpio, ventilado y rotulado, además de tener sumideros de fácil limpieza, demostrando que la mayoría no cuentan con este o puede realizarse alguna mejora.

Tabla 58

Almacén de productos secos.

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 34 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	No cuenta con almacén de productos secos	11	25,0	25,0	25,0
	El almacén de productos secos no está limpio ni ventilado	14	31,8	31,8	56,8
	El almacén de productos secos está ventilado, limpio y rotulado	8	18,2	18,2	75,0
	El almacén de productos secos está ventilado y limpio, además está protegido contra plagas	11	25,0	25,0	100,0
	Total	44	100,0	100,0	



Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 34 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 58 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: en el 31.82% (14 restaurantes) el almacén de productos secos no está limpio ni ventilado, mientras que en el 25% (11 restaurantes) el almacén está ventilado y limpio, además está protegido contra plagas; el otro 25% (11 restaurantes) no cuentan con almacén de productos secos y por último, en el 18.18% (8 restaurantes) el almacén de productos secos está ventilado, limpio y rotulado.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que solo un cuarto de los restaurantes cuentan con su almacén de productos secos, limpios y ventilados, además de estar protegidos contra plagas, demostrando que la mayoría no cuentan con este o puede realizarse alguna mejora.

Tabla 59

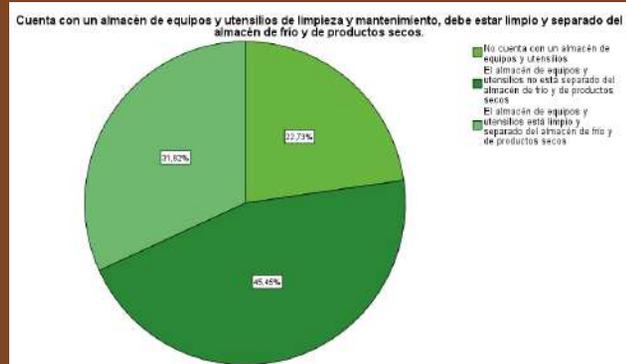
Almacén de equipos y utensilios de limpieza.

Cuenta con un almacén de equipos y utensilios de limpieza y mantenimiento, debe estar limpio y separado del almacén de frío y de productos secos.

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	No cuenta con un almacén de equipos y utensilios	10	22,7	22,7	22,7
	El almacén de equipos y utensilios no está separado del almacén de frío y de productos secos	20	45,5	45,5	68,2
	El almacén de equipos y utensilios está limpio y separado del almacén de frío y de productos secos	14	31,8	31,8	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 35 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 35 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 59 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: en el 45.45% (20 restaurantes) el almacén de equipos y utensilios no está separado del almacén de frío y de los productos secos, mientras que en el 31.82% (14 restaurantes) el almacén de equipos y utensilios está limpio y separado del almacén de frío y productos secos, por último, el 22.73% (10 restaurantes) no cuentan con un almacén de equipos y utensilios.

Interpretación

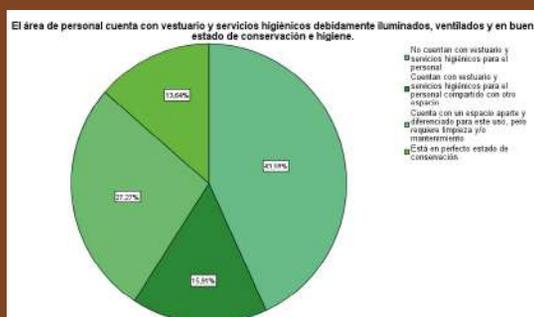
Según los datos obtenidos, se puede concluir que un poco más que un cuarto de los restaurantes cuentan con su almacén de equipos y utensilios, limpios y separados de los almacenes de alimentos, demostrando que la mayoría no cuenta con este o puede realizarse alguna mejora.

Tabla 60

Vestuario y servicios higiénicos para el personal y en buen estado.

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 36 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

El área de personal cuenta con vestuario y servicios higiénicos debidamente iluminados, ventilados y en buen estado de conservación e higiene.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido: No cuentan con vestuario y servicios higiénicos para el personal	19	43,2	43,2	43,2
Cuentan con vestuario y servicios higiénicos para el personal compartido con otro espacio	7	15,9	15,9	59,1
Cuenta con un espacio aparte y diferenciado para este uso, pero requiere limpieza y/o mantenimiento	12	27,3	27,3	86,4
Está en perfecto estado de conservación	6	13,6	13,6	100,0
Total	44	100,0	100,0	



Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 36 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 60 se aprecia que del total de restaurantes encuestados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 43.18% (19 restaurantes) no cuentan con vestuarios y servicios higiénicos para el personal, mientras que el 27.27% (12 restaurantes) cuentan con un espacio aparte y diferenciado para este uso, pero requieren de limpieza y/o mantenimiento; por otro lado, el 15.91% (7 restaurantes) cuentan vestuarios y servicios higiénicos para el personal compartido con otro espacio y por último, el 13.64% (6 restaurantes) cuenta con vestuario y servicios higiénicos en perfecto estado de conservación.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que poco menos de la mitad de los restaurantes no cuentan con vestuarios y servicios higiénicos para el personal, además que la minoría de restaurantes son los que tienen el espacio del personal en perfecto estado de conservación, lo cual indica que los restaurantes no se preocupan por brindarles un óptimo espacio propio para su personal, lo cual podría afectar en la calidad del servicio al no tener a su recurso humano en las mejores condiciones posibles.

Tabla 61

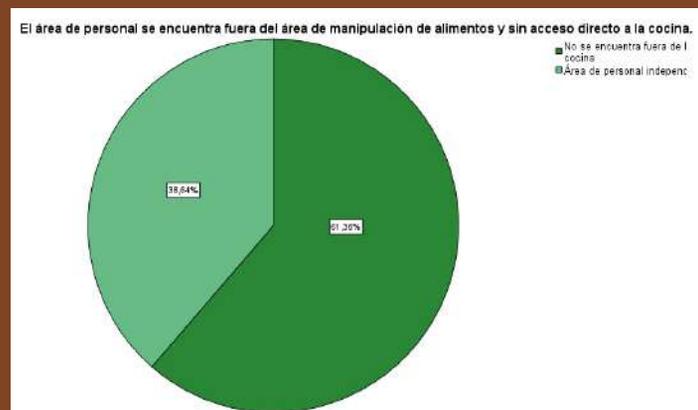
Área de personal independiente.

El área de personal se encuentra fuera del área de manipulación de alimentos y sin acceso directo a la cocina.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se encuentra fuera de la cocina	27	61,4	61,4	61,4
	Área de personal independiente	17	38,6	38,6	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 37 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 37 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 61 se aprecia que del total de restaurantes evaluados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 61.36% (27 restaurantes) no cuentan con el área del personal fuera de la cocina, mientras que el 38,64% (17 restaurantes) tienen un área de personal independiente.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes evaluados no cuentan con el área del personal fuera de la cocina, lo cual no les permite tener un espacio propio donde puedan realizar el cambio de su indumentaria de trabajo e ingerir sus alimentos adecuadamente durante su descanso.

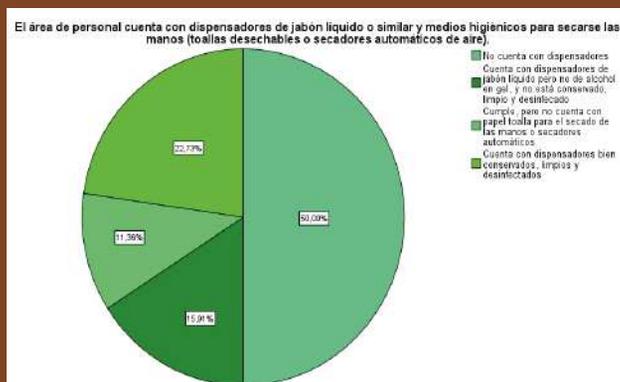
Tabla 62

Dispensadores y medios higiénicos.

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 38 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

El área de personal cuenta con dispensadores de jabón líquido o similar y medios higiénicos para secarse las manos (toallas desechables o secadores automáticos de aire).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No cuenta con dispensadores	22	50,0	50,0	50,0
	Cuenta con dispensadores de jabón líquido pero no de alcohol en gel, y no está conservado, limpio y desinfectado	7	15,9	15,9	65,9
	Cumple, pero no cuenta con papel toalla para el secado de las manos o secadores automáticos	5	11,4	11,4	77,3
	Cuenta con dispensadores bien conservados, limpios y desinfectados	10	22,7	22,7	100,0
	Total	44	100,0	100,0	



Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 38 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

En la tabla 62 se aprecia que del total de restaurantes evaluados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 50.00% (22 restaurantes) no cuentan con dispensadores, el 22.73% (10 restaurantes) cuenta con dispensadores bien conservados, limpios y desinfectados, por otro lado, el 15.91% (7 restaurantes) cuentan con dispensadores de jabón líquido pero no de alcohol en gel, y no está conservado limpio y desinfectado, por último, el 11.36% (5 restaurantes) cumplen, pero no cuentan con papel toalla para el secado de las manos o secadores automáticos.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que, en la mayoría de los restaurantes evaluados, el área del personal no cuentan con dispensadores para su aseo, y un 27.27% (12 restaurantes) cuentan con dispensadores y medios higiénicos pero no se encuentran completos o en buen estado de conservación, lo cual es indispensable para poder cumplir con el factor de limpieza y desinfección antes, durante o después de cada turno de trabajo.

Tabla 63

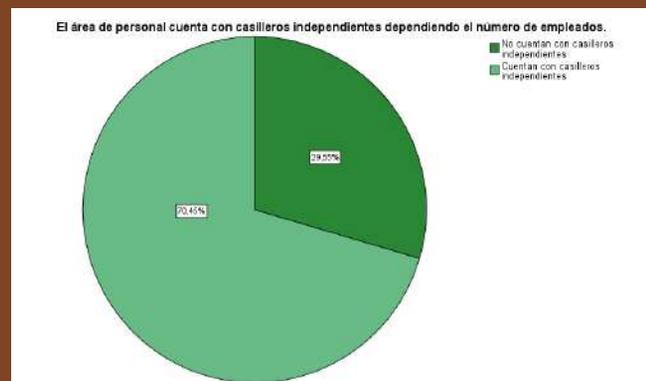
Casilleros independientes.

El área de personal cuenta con casilleros independientes dependiendo el número de empleados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No cuentan con casilleros independientes	13	29,5	29,5	29,5
Cuentan con casilleros independientes	31	70,5	70,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Nota: La tabla de frecuencia muestra el resultado de la pregunta 39 del cuestionario. Desarrollada mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.

Nota: El gráfico de frecuencia determina los porcentajes de la pregunta 39 del cuestionario. Realizado mediante el programa IBM SPSS. Elaboración propia.



En la tabla 63 se aprecia que del total de restaurantes evaluados (44) señalaron las siguientes respuestas: el 70,45% (31 restaurantes) cuentan con casilleros independientes, mientras que el 29.55% (13 restaurantes) no cuentan con casilleros independientes.

Interpretación

Según los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los restaurantes evaluados cuentan con casilleros independientes para el personal, lo cual es sumamente relevante para mantener una correcta organización dentro del área de producción y brindar un espacio seguro en el cual sean depositados los objetos personales de cada colaborador del restaurante.

CONCLUSIONES

El estudio establece las siguientes conclusiones de los 44 restaurantes evaluados en los dos componentes Calidad del Servicio e Infraestructura y Accesibilidad.

Calidad de los servicios

- En relación al indicador de la carta, se determina que los establecimientos evaluados en el centro histórico de Lima, casi la mitad de los restaurantes maneja la comunicación directa con sus clientes, porque cuentan con un atril donde se coloca la carta del menú, de la misma manera incluyen el contenido de los ingredientes de los platos; así mismo presentan cartas independientes para licores y vinos, lo que permite informar al cliente desde la entrada al local acerca de los productos que expenden. Solo una minoría poseen cartas virtuales.

- Respecto a los criterios de saludo y bienvenida, así como el de contacto visual. Se establece en relación al primer criterio que los resultados obtenidos señalan que la mayoría de restaurantes disponen de un personal de salón que saluda y da la bienvenida; pero no todos realizan el acompañamiento a la mesa y se presentan. En razón del segundo criterio se determina que el resultado es positivo porque la mayoría de los trabajadores hacen contacto visual con los clientes, desde su llegada hasta que se retiren, generando seguridad y buen ambiente.

- Referente al criterio Personal de Atención, se evaluó al equipo conformado por los mozos, azafatas y maitre, quienes deben portar el uniforme de manera impecable para ser identificados fácilmente, así mismo las damas llevar el cabello recogido, poco maquillaje, uñas cortas y sin esmalte igualmente los varones presentar cabello corto, al respecto el resultado fue positivo porque la mayoría cumplió con el criterio. De la misma forma cuentan con un equipo de personas que están atentos a las necesidades del cliente mostrando actitud adecuada y atenta al llamado o requerimiento del comensal. Del mismo modo toman el pedido con conocimiento de los ingredientes del producto (comida) y lo entregan educadamente.

- El criterio concerniente con la experiencia del personal, se evaluó a los mozos y azafatas; Maitre; Barman; Cocinero; Chef de cocina y Sub jefe de cocina, ofreció como resultado que un porcentaje importante tienen más de un año de experiencia y dominio de otro idioma, además cuentan con capacitaciones constantes y lo resaltante es que realizaron estudios universitarios y/o técnicos.

Infraestructura y Accesibilidad

- La mayoría de los restaurantes que se encuentran a más de 4 pisos disponen de ascensor en perfectas condiciones.
- Los acabados de los establecimientos presentan buen estado de conservación así como sus mobiliarios que también están distribuidos de manera adecuada de acuerdo al aforo del local. Las encuestas arrojan que los restaurantes brindan un buen sistema de ventilación que permite la circulación del aire y de los olores, así como ofrecen su menajería y mantelería en perfectas condiciones, de la misma manera los equipos de exhibición están en perfecto estado y funcionamiento.
- La zona de bar en la mayoría de los restaurantes se encuentran en perfectas condiciones, así mismo el 81 % tiene cava de vinos en perfecto estado.
- La mayoría de los restaurantes encuestados tienen baños diferenciados para damas y caballeros, y sus artefactos, con un buen funcionamiento y limpieza también disponen de toallas desechables y/o secadores en perfecto estado y abastecimiento. Asimismo cuentan en los servicios higiénicos con un buen sistema en la reposición de productos de higiene, secador de manos en funcionamiento, toallas desechables y tachos de basura apropiados para mantener una mayor limpieza. La ventilación que presentan natural o artificial en los servicios higiénicos es adecuada ofreciendo buen estado de funcionamiento y limpieza. Ofrecen la mayoría de los establecimientos encuestados dispensadores de alcohol en gel y jabón líquido.

- En la totalidad de restaurantes, las cocinas ofrecen los terminados son buenos y la ventilación de la misma, ya sea natural o artificial, funcionan de manera correcta y cuentan con fácil acceso de la cocina hacia el comedor y a los almacenes; las campanas extractoras están en buen estado de conservación, mantenimiento, higiene y funcionamiento, así como los lavadores de acero inoxidable, muestran estado de conservación y limpieza. Los pisos con un 59.09% presentan material antideslizante factor importante para la prevención de accidentes. Los tachos de basura cuentan con tapa oscilante cumpliendo con las normas de sanidad y para evitar contaminación.

- El personal dispone de casilleros independientes ofreciendo seguridad en el guardado de los objetos personales.

RECOMENDACIONES

Calidad de los servicios

- Casi la mitad de los restaurantes del Centro Histórico de Lima no exponen las cartas del menú en el ingreso del local y otro grupo no ofrece esta herramienta, teniendo en cuenta que es un instrumento fundamental cuando se refiere al marketing ya que es el medio para dar a conocer y promocionar los productos y la marca. De la misma manera un grupo importante de restaurantes no tienen cartas digitales. Ante esta debilidad se proponen capacitaciones en temas de marketing y tecnología.

- Los criterios de saludo y bienvenida, así como el de contacto visual, son actitudes y expresiones de comunicación directa y es la primera conexión con el cliente, son distintivos de recibimiento, donde se demuestra respeto, confianza y consideración. Sin embargo, existen restaurantes que no cuentan con personal de recepción. Esta política de las empresas genera incomodidad a los clientes, quienes perciben la falta de empatía. Ante esta debilidad los empresarios deben modificar el organigrama y disponer de un personal en el área de recepción quién será el primer individuo en realizar el proceso de fidelización al cliente. A su vez este personal debe recibir periódicamente capacitaciones en habilidades blandas.

- Se evidenció restaurantes que no toman interés en la presencia de su personal, en relación al uniforme y la apariencia física, siendo aspectos fundamentales de la presentación de la empresa hacia sus clientes, es la venta de la marca empresarial. Al respecto se recomienda realizar mejor el filtro al momento de contratar a los colaboradores y ejecutar inducciones en la imagen del personal, así mismo el restaurante debe proporcionar la indumentaria nueva a su personal la cual se debe renovar cada cierto tiempo.

Infraestructura y Accesibilidad

- La mitad de los restaurantes encuestados no presenta accesos diferenciados, lo que puede generar contaminación cruzada, afectando la atención del comensal, así como generar desorden dentro del establecimiento.

- Más de la mitad de los restaurantes no cuentan con espacio para la recepción y espera del comensal lo que podría afectar que los establecimientos pierdan ventas a consecuencia de esta deficiencia.

- Las instalaciones eléctricas al encontrarse mal resueltos, deben ser protegidas a la brevedad.

- La mayoría de las puertas de los servicios higiénicos no cuentan con mantenimiento y tampoco cierre automático, no cumpliendo con la normas de edificación sobre el control visual hacia los mismos.

- La mitad de los restaurantes encuestados, no presentan cocinas con un sistema de sumideros o no mantienen la limpieza y/o mantenimiento, lo cual no permite que la cocina pueda tener una correcta limpieza. Como también deben incluir piso antideslizante, para tener un mayor rendimiento de trabajo y ofrecer seguridad a los trabajadores.

- Casi la mitad de los restaurantes el almacén de equipos y utensilios no se encuentran separados del almacén de frío y de productos secos, por lo que se requiere realizar la diferenciación de almacenaje a fin de mantener la limpieza, evitar la contaminación cruzada y la temperatura apropiada para cada espacio.

Referencias:

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ (2021)
Perfil del vacacionista motivado por la gastronomía

https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/publicaciones/2052/PTE_Gastronomia.pdf

Fernández. H. Economía TIC. Fecha de publicación: 13 de mayo de 2019. Recuperado de:

<https://economytic.com/capital-humano/>

International Recovery Platform (IRP) y Oficina de Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres (UNDRR), Publicado por Jadir Gomez, Abr 29, 2021 - Recuperado de :

<https://www.revistainfraestructura.com.mx/significado-definicion-y-tipos-de-infraestructura/>

Matsumoto. R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. Revista Perspectivas, (34), 181-209.
Recuperado de:

[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es.](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es)

Vargas. M y Aldana.L. (2006). Calidad en el servicio. Universidad de La Sabana.

<https://elibro.net/es/lc/bibliourp/titulos/69024>

Vera. J y Trujillo. A.(2017) Escala mexicana de calidad en el servicio en restaurantes (emcaser) 1 Revista Innovar Journal

<http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v27n63/v27n63a04.pdf>

Vol. 27, Núm. 63, enero - marzo del 2017

Anexos

A continuación se muestran los siguientes anexos.

Matriz de evaluación de componente Calidad de los Servicios

EXCELENCIA GASTRONÓMICA: RECONOCIMIENTO A RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES						
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO						Encargado (s):
Nombre comercial:						
CRITERIOS DE EVALUACIÓN						
Nº	COMPONENTE	SUBCOMPONENTE	DETALLE	CRITERIO	DESCRIPCIÓN	VALIDACIÓN
1	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIOS GENERALES	CARTA	Carta expuesta en un atril en la entrada del restaurante. Si el restaurante tiene terraza, deberá estar ubicada en el ingreso a dicha terraza. *Observación	La carta debe estar expuesta en un atril en la entrada del restaurante. Si el restaurante tiene terraza, deberá estar ubicada en el ingreso a dicha terraza. *Observación	1) La carta no está expuesta en la entrada del restaurante. 2) La carta está expuesta en la entrada del restaurante, en un atril que no tiene buenas condiciones de conservación y limpieza. 3) La carta está expuesta en un atril en buenas condiciones en la entrada del restaurante. 4) La carta está expuesta en un atril, ubicada de manera estratégica que facilite su identificación.
2	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIOS GENERALES	CARTA	Carta que incluye los ingredientes de los platos. *Observación	La carta debe contener los ingredientes de la oferta gastronómica para mayor entendimiento de los productos que allí se ofrecen. El diseño gráfico de la carta guarda relación con la oferta gastronómica. *Observación	1) La carta no especifica los ingredientes principales por plato ni guarda relación con la oferta gastronómica. 2) El diseño guarda relación con la oferta gastronómica, pero no incluye los ingredientes. 3) La carta cuenta con ingredientes principales por plato y el diseño guarda relación con la oferta gastronómica.
3	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIOS GENERALES	CARTA	Carta independiente de fíores y/o de vinos. *Observación	Además de la carta de platos, deberá contar con una carta que muestre la oferta variada de fíores y/o vinos. *Observación	1) No cuenta con una carta de fíores. 2) Cuenta con una carta de fíores.
4	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIOS GENERALES	PERSONAL	Cambio de mantel y/o mesa al momento de la partida del cliente. *Observación	Cuando el cliente se retira, se debe realizar de manera inmediata el cambio de los mantel, individuales y servilletas para garantizar la limpieza y desinfección, y está preparado para el próximo uso. *Observación	1) No se realiza el cambio de mantelería o limpieza de mesas antes que el cliente utilice la mesa. 2) Realiza una limpieza de mantelería, con cambio o uso limpieza de la mesa sin desinfección. 3) Cambia completamente la mantelería o realiza la limpieza y desinfección de la mesa. 4) Identifica la mesa que está lista para el uso de los clientes, mediante dispositivos que sean de fácil reconocimiento (cafétes, individuales y cubiertos, pona vasos, etc.)
5	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	PERSONAL	Saludo y bienvenida. *Observación	El personal saluda y da la bienvenida al cliente. Se presenta y explica que será el encargado de atenderlo. *Observación	1) No hay personal que da la bienvenida al cliente, al ingreso y/o en la mesa. 2) El personal de salón da la bienvenida, pero no se presenta. 3) El personal de salón da la bienvenida y se presenta al cliente. 4) El personal de salón da la bienvenida al ingreso, acompaña al cliente hasta una mesa y se presenta.
6	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	PERSONAL	Contacto visual. *Observación	El personal hace contacto visual con el cliente, desde que este llega al restaurante hasta que se retira, generando confianza y buen ambiente. *Observación	1) El personal no hace contacto visual con el cliente durante el servicio. 2) El personal evita hacer contacto visual constante. Se muestra distraído y desconforado. 3) El personal hace contacto visual pero no responde de inmediato ante el llamado del cliente. 4) El personal hace contacto visual con el cliente durante el servicio, con seguridad y confianza.
7	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	PERSONAL	Personal de atención uniformado y limpio. *Observación	Mazo, azafata y maître están uniformados. Se les identifica fácilmente. El uniforme no debe presentar roturas y mostrar impecable presentación personal. *Observación	1) Los mazo y azafata no cuentan con uniforme que los diferencie de los clientes. 2) Están uniformados pero no limpios. Presenta roturas o se encuentra arrugado. 3) Están limpios y no presentan roturas.
8	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	PERSONAL	Forma de pedido y producto entregado de manera correcta. *Observación	El pedido se toma con precisión y no hubo error en la entrega de este. Para ello, verifica el pedido con el cliente antes de derivarlo. *Observación	1) Desconoce los ingredientes del plato o no responde a las consultas del cliente, además se equivoca en entregar el pedido. 2) Toma el pedido, conoce los ingredientes del plato y lo entrega correctamente.
9	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	PERSONAL	Técnicas de negociación o resolución de conflicto. Caso 1: Mesa y/o menaje sucio. Caso 2: Mala elaboración del plato o vectores en la comida. Caso 3: Tiempo de espera inadecuado. Caso 4: Trato descortés. *Observación	El personal aplica técnicas de negociación o resolución de conflictos a través de un protocolo establecido. *Observación	1) No escucha ni atiende las necesidades del cliente. 2) Escucha, pero se justifica y no toma acción o busca soluciones. 3) Escucha, pide disculpas y plantea alternativas de solución, pero con cierta desconfianza e inseguridad. 4) Escucha activa, muestra empatía, comunica de manera clara, reconoce, plantea soluciones, respalda, persuasivo y soluciona el conflicto.
10	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	PERSONAL	Carta física o virtual para informar a los clientes de los platos. Si es virtual, tiene el código QR en la mesa para un rápido acceso. *Observación	Se usa una carta física o virtual para informar a los clientes de los platos. Si es virtual, tiene el código QR en la mesa para un rápido acceso. *Observación	1) No cuenta con carta física o virtual. 2) Cuenta con solo carta física. 3) Cuenta con carta física y virtual. 4) Cuenta con carta física, virtual y QR en la mesa.
11	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	PERSONAL	Atención a las necesidades del cliente. *Observación	El personal está permanentemente atento a las necesidades del cliente, mostrando actitud atenta y alerta. Demuestra que se acerca al menos 2 veces a consultar si hay alguna otra necesidad. *Observación	1) El personal no está atento a las necesidades del cliente. 2) El personal toma el pedido, pero no hace seguimiento al cliente ni le pide su nombre. 3) Hace seguimiento pero con desgano y/o molestia, sin disposición. 4) El personal está atento a las necesidades del cliente, respondiendo oportunamente al llamado o requerimiento de los mismos.
12	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	PERSONAL	Medios de pago. *Observación	El personal ofrece diversos medios de pago registrados en el establecimiento además del uso de efectivo (cupo, pin, típay, pago efectivo o similar). *Observación	1) No ofrece diferentes medios de pago. 2) Ofrece solo yape, no está identificado en caja. 3) Ofrece yape y pin, identificados (qr) en caja.
13	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	COMEDOR	Mazo o azafata con experiencia. *Entrevista	Mazo o azafata con experiencia mínima de un año. La experiencia será acreditada mediante certificado o constancia. Además, con capacitación sobre técnicas de ventas y atención al cliente y con conocimiento de al menos un idioma extranjero distinto al español. *Entrevista	1) No cuenta con 1 año de experiencia. 2) Cuenta con más de 1 año de experiencia pero no está capacitada. 3) Está capacitada en técnicas de atención al cliente.
14	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	COMEDOR	Maître con experiencia. *Entrevista	Maître con experiencia mínima de un año. La experiencia será acreditada mediante certificado, constancia o declaración jurada suscrita por el propietario, operador, administrador o representante legal del restaurante. Además, con capacitación sobre técnicas de ventas y atención al cliente, y con conocimiento de al menos un idioma extranjero distinto al español. *Entrevista	1) No cuenta con 1 año de experiencia. 2) Cuenta con más de 1 año de experiencia pero no está capacitada. 3) Está capacitada en técnicas de ventas y atención al cliente. 4) Cuenta con más de 1 año de experiencia, capacidad y domina al menos un idioma extranjero distinto al español.

EXCELENCIA GASTRONÓMICA: RECONOCIMIENTO A RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES						
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO						Encargado (s):
Nombre comercial:						
CRITERIOS DE EVALUACIÓN						
Nº	COMPONENTE	SUBCOMPONENTE	DETALLE	CRITERIO	DESCRIPCIÓN	VALIDACIÓN
15	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	BAR	Barman con experiencia. *Observación	Cuenta con barman con experiencia mínima de 1 año. La experiencia será acreditada mediante certificado o constancia. Además, tiene conocimiento de al menos un idioma extranjero distinto al español y se encuentra permanentemente uniformado. Se le identifica fácilmente. *Observación	1) Cuenta con barman. 2) Cuenta con barman pero no tiene 1 año de experiencia. 3) Tiene experiencia, está uniformado pero no limpio, y no se le diferencia de los colaboradores. 4) Limpio, con experiencia y domina un idioma extranjero.
16	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	COCINA	Cocinero o cocinera con experiencia. *Entrevista	Cocinero o cocinera con experiencia mínima de 2 años. *Entrevista	1) No cuenta con cocineros con experiencia. 2) Los cocineros cuentan con menos de 1 año de experiencia. 3) Los cocineros cuentan hasta con 1 año de experiencia. 4) Los cocineros cuentan con 2 o más años de experiencia.
17	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	COCINA	Chef de cocina con experiencia. *Entrevista	Cuenta con chef de cocina, además con experiencia mínima de 5 años. La experiencia será acreditada mediante certificado, constancia o declaración jurada suscrita por el propietario, operador, administrador o representante legal del restaurante (corroborar hoja de vida). *Entrevista	1) No cuenta con chef. 2) El chef de cocina cuenta 4 o 5 años de experiencia. 3) El chef de cocina cuenta con 4 o 5 años de experiencia y tiene estudios de cocina. 4) El chef de cocina cuenta con más de 5 años de experiencia y tiene estudios de cocina.
18	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	COCINA	Sub-jefe de cocina con experiencia. *Entrevista	Cuenta con sub-jefe de cocina, además con experiencia mínima de 3 años. La experiencia será acreditada mediante certificado, constancia o declaración jurada suscrita por el propietario, operador, administrador o representante legal del restaurante. *Entrevista	1) No cuenta con sub-jefe de cocina. 2) El sub-jefe de cocina cuenta con 2 años de experiencia. 3) El sub-jefe de cocina cuenta con 2 años de experiencia y tiene estudios de cocina. 4) El sub-jefe de cocina cuenta con más de 3 años de experiencia y tiene estudios de cocina.
19	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	COCINA	Personal de cocina uniformado y limpio. *Entrevista	Personal de cocina permanentemente uniformados, con el uniforme limpio, sin manchas ni roturas. *Entrevista	1) El personal de cocina no se encuentra correctamente uniformado (chaqueta de cocina, pantalón de cocina, zapatos antideslizantes, mandil, garbaldí, mascarilla, redelita para el cabello). 2) No todo el personal se encuentra uniformado. 3) Todo el personal se encuentra uniformado, pero está sucio, presenta roturas o se encuentra arrugado. 4) Todo el personal de cocina se encuentra correctamente uniformado y limpio (chaqueta de cocina, pantalón de cocina, zapatos antideslizantes, mandil, garbaldí, mascarilla, redelita para el cabello).
20	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	CAPACITACIÓN	Capacitación sanitaria. *Entrevista	Implementa por lo menos dos veces al año acciones de capacitación sanitaria para el personal encargado de manipular alimentos y otras áreas. *Entrevista	1) El personal no está capacitado en BPM. 2) No todo el personal está capacitado en BPM. 3) Todo el personal está capacitado en BPM. Evidencia una constancia con nombre de participantes (al menos 1 vez al año). 4) El administrador mantiene un registro de capacitaciones en BPM al personal de cocina y salón (mínimo 2 veces al año).
21	CALIDAD DEL SERVICIO	SERVICIO DEL PERSONAL	CAPACITACIÓN	Programa de higiene y saneamiento. *Entrevista	Presenta un documento que evidencia la existencia de este programa que incluye procedimientos de limpieza y desinfección del establecimiento. *Entrevista	1) No cuenta con un programa de limpieza y desinfección del establecimiento. 2) Cuenta con una ficha que evidencie el sistema de limpieza y desinfección del establecimiento.

Matriz de evaluación del componente Infraestructura y Accesibilidad

EXCELENCIA GASTRONÓMICA: RECONOCIMIENTO A RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES									
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO									
Nombre comercial:						Encargado (a):			
CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
Nº	COMPONENTE	SUBCOMPONENTE	DETALLE	CRITERIO	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN	Puntaje máximo	Puntaje obtenido	Observaciones
1	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	INGRESO	Ingreso principal y de servicio independientes	El ingreso principal debe ser independiente del ingreso de servicio. La puerta de acceso de clientes y la del personal de servicio y proveedores se encuentran separadas.	0: No cuentan con dos ingresos diferenciados, los ingresos de las diferentes actividades se cruzan sin un planeamiento claro. 1: No cuentan con dos ingresos diferenciados, pero cuenta con un horario de ingresos de las diferentes actividades del restaurante, que no permite que se crucen entre sí. 2: Cuenta con dos ingresos diferenciados, pero no están ordenados, rotulados o señalados. 3: Cuentan con dos ingresos diferenciados, debidamente ordenados y señalados.	3		
2	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	INGRESO	Área de recepción	El restaurante cuenta con un espacio exclusivo para la recepción o de espera para los clientes.	0: El espacio no cuenta con un espacio para recepción y espera. 1: El restaurante cuenta con un espacio de terraza del restaurante designado exclusivamente para recepción y espera. 2: El restaurante cuenta con un espacio interno para recepción y espera. 3: El restaurante cuenta con un espacio para recepción y espera cómodo, amplio, para diferentes grupos.	3		
3	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	GENERAL	Horario del personal y proveedores diferenciado del horario de atención al público	Cuenta con un horario de personal y descargo de insumos diferenciado del horario de atención al público.	0: No cuentan con un horario asignado a cada uno de las actividades de servicio del restaurante. 3: Cuentan con un horario, control de ingresos y de las actividades y servicios del restaurante.	3		
4	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	GENERAL	Instalaciones eléctricas o de comunicaciones en buen estado y con instalaciones limpias y protegidas	Las instalaciones eléctricas de la recepción, salón y barra de atención de restaurante están en buen estado de conservación, mantenimiento e higiene	0: Cuentan con instalaciones de cables no solucionadas de manera formal, sueltas, sueltas y colgadas en los salones. 3: Cuentan con instalaciones eléctricas correctamente aisladas y protegidas, asimismo incorporadas al diseño integral del espacio.	3		
5	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	GENERAL	Ascensor en buen estado	En el caso se encuentre en el cuarto piso o superior, el restaurante deberá contar con un ascensor, el mismo que debe estar en buen estado de conservación, mantenimiento, higiene y funcionamiento.	0: El restaurante se encuentra en el cuarto piso o superior y no cuenta con ascensor. 1: El restaurante cuenta con ascensor en perfectas condiciones, además limpio y mantenimiento constante.	0		
6	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	GENERAL	Sistema de ventilación o aire acondicionado	Cuenta con sistema de ventilación natural o artificial en la zona de recepción, salón y barra de atención, que permita la eliminación de olores hacia el exterior.	0: No cuenta con una ventilación cruzada, el aire se condensa en los salones. 3: Cuenta con ventilación cruzada o con ventilación artificial, o conjunta y habilitada.	3		
7	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	GENERAL	Mobiliario y elementos decorativos en buen estado	El mobiliario de las instalaciones se encuentra en buen estado de conservación e higiene. Son de fácil limpieza y desinfección, de material resistente a la corrosión, que no transmitan sustancias tóxicas, olores, sabores a los alimentos.	0: El mobiliario se encuentra en mal estado, oxidado, o muestra de alguna degradación orgánica. 1: El mobiliario es de buen material, permeable, pero se encuentra sucio, roto, presenta muestras de no haber tenido mantenimiento en bastante tiempo. 2: El mobiliario es de buen material, permeable, se encuentra sucio, pero es de inmediata limpieza. 3: El mobiliario se encuentra en perfectas condiciones y denota una continua limpieza y mantenimiento.	3		
8	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	COMEDOR	Comedor ubicado cerca de la cocina	El comedor está ubicado en una zona de fácil acceso a la cocina que permita una comunicación rápida y funcional.	0: El comedor se encuentra lejos o distanciado por diferentes espacios de la cocina. 3: El comedor se encuentra conectado directamente al espacio de cocina.	3		
9	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	COMEDOR	Distribución de mesas con libre circulación	Las mesas y mobiliario deben estar distribuidos de tal forma que permita una libre circulación de los clientes, considerando el aforo del restaurante.	0: La cantidad de sillas en el espacio supera el aforo que el restaurante tienen en su permiso ITSE, y tienen menos de 1 metro de distancia entre mesas, además, no tienen pasillos principales claros, no cumple con el plano de evacuación. 1: Cumple con el aforo que el documento ITSE pide además del plano de evacuación, pero necesita mejorar en la distribución de su mobiliario para la circulación y cumplir el distanciamiento entre mesas según protocolo. 3: Cumple con el aforo, distanciamiento entre mesas de 1 metro, además de tener pasillos principales de 1.50m según plano de evacuación.	3		
10	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	COMEDOR	Comedor en buen estado	Las paredes, pisos y techos del salón se encuentran en buen estado de conservación, mantenimiento e higiene.	0: Los terminados del restaurante se presenta sucio, con telarañas, acumulación de grasa, o con algún grado orgánico o físico que requiera un mantenimiento importante. 1: Los terminados del espacio son buenos, pero presenta algún grado físico subsanable, y/o sucio que pueda ser fácilmente limpiado. 2: Requiere mantenimientos superficiales, como pintura o aumentar la constancia de su limpieza. 3: Cumple con el punto a la perfección.	3		
11	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	COMEDOR	Comedor con mobiliario en buen estado	Las mesas, sillas, sillones del salón se encuentran en buen estado de conservación, mantenimiento e higiene. Son de material que permite su fácil limpieza y desinfección.	0: El mobiliario se encuentra en mal estado, oxidado, o muestra de alguna degradación orgánica. 1: El mobiliario es de material permeable, pero se encuentra sucio, roto, presenta muestras de no haber tenido mantenimiento en bastante tiempo. 2: El mobiliario es de buen material, permeable, pero se encuentra sucio, pero es de inmediata limpieza. 3: El mobiliario se encuentra en perfectas condiciones y denota una continua limpieza y mantenimiento.	3		
12	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	COMEDOR	Menajería y mantelería en buen estado	Las vajillas, cristalería, cubiertos, manteles, servilletas se encuentran en buen estado de conservación e higiene.	0: Presenta suciedad, oxidaciones, rajaduras. 1: Se encuentra sucio, necesitan ser cambiados, o el espacio necesita mantenimiento. 2: Se encuentran sucios al igual que el espacio donde están guardados. 3: Se encuentra en perfectas condiciones.	3		
13	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	COMEDOR	Equipos para exhibición en buen estado	De contar con equipos para exhibición como vitrinas refrigeradas, ubicadas en el salón, se mantendrán en buen estado de conservación, mantenimiento, higiene y funcionamiento. Serán de uso exclusivo para alimentos y contarán con una temperatura máxima de 9º C.	0: Se encuentran sucias, con alguna rajadura, o presencia de degradación orgánica, o no en funcionamiento. 1: Están en funcionamiento, pero necesitan mantenimiento. 2: Se encuentran sucias. 3: Están en perfecto estado y funcionamiento.	3		
14	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE ATENCIÓN	BAR	Bar	Cuenta con un espacio para el bar, diferenciado de los ambientes del comedor, en buen estado y operativo.	0: No cuenta con espacio diferenciado para el bar. 1: Cuenta con espacio diferenciado para el bar, pero no está funcionando, está abandonado, vacío y sucio. 2: Cuenta con espacio de bar en funcionamiento diferenciado por mejor (limpieza, mantenimiento, etc.) 3: Está en perfectas condiciones.	3		
15	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	BAR	Cava de vinos	Cuenta con una cava de vinos en el restaurante. Espacio exclusivo que cumpla condiciones térmicas y de iluminación.	0: No cuenta con espacio diferenciado para cava. 1: Cuenta con espacio diferenciado para cava, pero está abandonado, vacío, sucio. 2: Cuenta con espacio de cava en funcionamiento diferenciado por mejor (limpieza, mantenimiento, etc.) 3: Está en perfectas condiciones.	0		
16	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	SERVICIOS HIGIÉNICOS	Servicios higiénicos independientes para damas y caballeros	El restaurante cuenta con servicios higiénicos independientes para damas y caballeros en buen estado de iluminación, funcionamiento y limpieza.	0: No cuenta con baños diferenciados, o baños correspondientes al aforo del negocio. 1: No cuenta con baños diferenciados, o baños correspondientes al aforo del negocio, porque el edificio no les permite tener mayor cantidad de baños. 2: Cuenta con baños diferenciados, y equipos suficientes, pero necesita mejorar en limpieza y mantenimiento de los equipos. 3: Cumple por completo con lo requerido.	3		
17	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	SERVICIOS HIGIÉNICOS	Servicios higiénicos con infraestructura adecuada	Servicios higiénicos con inodoro, urinario y lavatorio, con instalaciones que permitan una fácil limpieza.	0: Solo cuentan con inodoro y lavatorio y/o están en mal funcionamiento, sucios, o necesitan ser cambiados. 3: Están con inodoro, urinario y lavatorio, además que están limpias y en buen funcionamiento.	3		
18	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	SERVICIOS HIGIÉNICOS	Servicios higiénicos con sistema de ventilación natural o artificial que permita la eliminación de olores hacia el exterior del establecimiento.	Servicios higiénicos con sistema de ventilación natural o artificial que permita la eliminación de olores hacia el exterior del establecimiento.	0: No cuentan con ventilación artificial o ventilación natural. 1: Cuentan con ventilación natural, pero es compartida con otros espacios como comedor, cocina, almacén, o cuentan con ventilación artificial y el equipo de ventilación no funciona. 2: Cuenta con los sistemas de ventilación, pero requieren limpieza y/o mantenimiento. 3: La ventilación natural es un ducto independiente o cuenta con algún filtro. En el caso sea artificial, el extractor funciona y se encuentra en perfecto estado y limpieza.	3		
19	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	SERVICIOS HIGIÉNICOS	Servicios higiénicos con sistema de agua fría y caliente	Servicios higiénicos cuentan con un sistema de agua fría y caliente de manera permanente.	0: Cuentan con solo sistema de agua fría. 3: Cuentan con sistema de agua fría y agua caliente.	3		

20	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	SERVICIOS HIGIÉNICOS	Servicios higiénicos dotados de papel higiénico	Servicios higiénicos dotados permanentemente de papel higiénico y jabón (evaluar sistema de control de frecuencia de limpieza).	0: No cuentan con sistema rastreable de reposición de elementos de los baños. 3: Cuentan con control de reposición de elementos de servicios higiénicos y estos son repuestos constantemente.	3		
21	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	SERVICIOS HIGIÉNICOS	Servicios higiénicos con tacho de basura con tapa de material resistente al lavado continuo	Servicios higiénicos cuenta con tacho de basura con tapa de material resistente al lavado continuo, con bolsas internas de plástico para facilitar la recolección de residuos.	0: No cuentan con tachos de basura de material resistente (plástico o metal) con bolsa de protección a los tachos de basura. 3: Cumple perfectamente.	3		
22	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	SERVICIOS HIGIÉNICOS	Servicios higiénicos con medios higiénicos para secarse las manos	Cuenta con medios higiénicos para secarse las manos. Pueden ser toallas desechables y/o secadores de manos.	0: No cuentan con ningún medio para secarse las manos. 1: Cuentan con toallas desechables y/o secadores para secarse las manos, pero requiere limpieza y/o mantenimiento del sistema. 2: Cuenta con toallas desechables y/o secadores, pero requiere abastecimiento. 3: Cuenta con toallas desechables y/o secadores en perfecto estado y/o abastecimiento.	3		
23	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	SERVICIOS HIGIÉNICOS	Servicios higiénicos con cierre automático	Las puertas son lisas, de fácil limpieza y deben tener cierre automático.	0: Los terminados de las puertas presentan alguna degradación biológica y merece ser cambiadas, además no cuentan con cierre automático. 3: Las puertas se encuentran en perfectas condiciones y cuenta con cierre automático.	3		
24	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	COCINA	Cocina con infraestructura adecuada	Cocina con paredes, pisos, techos revestidos de material impermeable de rápida y fácil limpieza, en buen estado de conservación, mantenimiento e higiene (pintura epóxica).	0: Los terminados de la cocina se presenta sucio, con telarañas, acumulación de grasa, o con algún grado biológico, mecánico o físico que requiera un mantenimiento importante. 1: Presenta que requiere mantenimientos superficiales, como pintura o aumentar la constancia de su limpieza. 2: Los terminados del espacio son buenos, pero presenta algún grado físico subsanable, y/o sucio que pueda ser fácilmente limpiado. 3: Cumple con el punto a la perfección.	3		
25	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	COCINA	Cocina con sistema de ventilación	La cocina cuenta con un sistema de ventilación natural o artificial que permita la eliminación de olores (extractores de aire).	0: No cuentan con ventilación artificial o ventilación natural. 1: Cuentan con ventilación natural, pero es compartida con otros espacios como comedor, baños, almacén, o cuentan con ventilación artificial y el equipo de ventilación no funciona. 2: Cuenta con los sistemas de ventilación, pero requieren limpieza y/o mantenimiento. 3: La ventilación natural es un ducto independiente o cuenta con algún filtro, en el caso sea artificial el extractor funciona y se encuentra en perfecto estado y limpieza.	3		
26	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	COCINA	Cocina con sistema de sumideros en buen estado	La cocina cuenta con un sistema de sumideros que no permitan la acumulación de agua. Estos sumideros cuentan con rejillas en buen estado de conservación, funcionamiento y limpias.	0: No cuenta con sistema de sumideros o cuenta, pero requieren limpieza y mantenimiento. 3: Cuenta con sistema de sumideros con rejillas en buen estado de conservación, funcionamiento y limpias.	3		
27	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	COCINA	Cocina con fácil acceso a comedor y almacén	La cocina tiene fácil acceso al comedor, almacén de fríos y calientes. Si se ubicara en un nivel diferente al del comedor se deberá establecer una comunicación rápida y funcional, debiendo contar como mínimo con un montacargas.	0: No cuenta con fácil acceso. 3: Cuenta con fácil acceso.	3		
28	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	COCINA	Piso cubierto con un material antideslizante	El piso de la cocina se encuentra recubierto con un material antideslizante para evitar accidentes.	0: No cuenta con material antideslizante. 3: Cuenta con material antideslizante, pisos de jébe.	3		
29	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	COCINA	Cocina con campanas extractoras en buen estado	Cuenta con campanas extractoras de acero inoxidable en la cocina que permita la extracción de humos y vahos permanentemente.	0: No cuenta con campanas extractoras. 1: Cuenta con campanas extractoras en funcionamiento, pero que requieren una limpieza exhaustiva. 2: Campanas conservadas pero que requieren rápida limpieza. 3: Cuenta con campanas extractoras en buen estado de conservación, mantenimiento, higiene y funcionamiento.	3		
30	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	COCINA	Lavaderos de la cocina deben ser de acero inoxidable u otro material resistente y liso en buen estado	Lavaderos de la cocina deben ser de acero inoxidable u otro material resistente y liso.	0: Lavaderos de la cocina que no son de acero inoxidable. 1: Lavaderos de la cocina de acero inoxidable o similar en funcionamiento. 2: Lavaderos conservados pero que requieren limpieza. 3: Cuenta con campanas extractoras en buen estado de conservación, mantenimiento, higiene y funcionamiento.	3		

31	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	COCINA	Tacho de basura con tapa oscilante	Tacho de basura con tapa oscilante o similar que evite el contacto con las manos, con una bolsa de plástico en el interior para facilitar la evacuación de los residuos.	0: No cuenta con tacho de basura con tapa oscilante. 3: Cuenta con tacho de basura con tapa oscilante.	3		
32	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	COCINA	Dispensadores de jabón líquido y alcohol en gel	Contar con dispensadores de jabón líquido y alcohol en gel para la fácil desinfección de las manos, así como papel toalla para el secado, debiendo estar en buen estado de conservación, limpios y desinfectados.	0: No cuenta con dispensadores. 1: Cuenta con dispensadores de jabón líquido, pero no de alcohol en gel, y no está conservado, limpio y desinfectado. 2: Cumple, pero no cuenta con papel toalla para el secado de las manos. 3: Cuenta con dispensadores bien conservados, limpios y desinfectados.	3		
33	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	ALMACÉN	Almacén de frío	Cuenta con almacén de frío, hermético, debidamente ventilado y rotulado. Debe contar con sumideros de fácil limpieza.	0: No cuenta con almacén de frío. 1: El almacén de frío no está limpio ni ventilado. 2: El almacén de frío está ventilado y limpio, pero no rotulado. 3: El almacén de frío está ventilado, limpio y rotulado, además cuenta con sumideros de fácil limpieza.	3		
34	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	ALMACÉN	Almacén de productos secos	Cuenta con almacén de productos secos. Limpio, ventilado, hermético, rotulado y protegido contra plagas.	0: No cuenta con almacén de productos secos. 1: El almacén de productos secos no está limpio ni ventilado. 2: El almacén de productos secos está ventilado, limpio y rotulado. 3: El almacén de productos secos está ventilado y limpio, además está protegido contra plagas.	3		
35	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	ALMACÉN	Almacén de equipos y utensilios de limpieza	Cuenta con un almacén de equipos y utensilios de limpieza y mantenimiento, debe estar limpio y separado del almacén de frío y de productos secos.	0: No cuenta con un almacén de equipos y utensilios. 1: El almacén de equipos y utensilios no está separado del almacén de frío y de productos secos. 3: El almacén de equipos y utensilios está limpio y separado del almacén de frío y de productos secos.	3		
36	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	PERSONAL	Vestuario y servicios higiénicos para el personal y en buen estado	El área de personal cuenta con vestuario y servicios higiénicos debidamente iluminados, ventilados y en buen estado de conservación e higiene.	0: No cuentan con vestuario y servicios higiénicos para el personal. 1: Cuentan con vestuario y servicios higiénicos para el personal compartido con otro espacio. 2: Cuenta con un espacio aparte y diferenciado para este uso, pero requiere limpieza y/o mantenimiento. 3: Está en perfecto estado de conservación.	3		
37	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	PERSONAL	Área de personal independiente	El área de personal se encuentra fuera del área de manipulación de alimentos y sin acceso directo a la cocina.	0: No se encuentra fuera de la cocina. 3: Área de personal independiente.	3		
38	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	PERSONAL	Dispensadores y medios higiénicos	El área de personal cuenta con dispensadores de jabón líquido o similar y medios higiénicos para secarse las manos (toallas desechables o secadores automáticos de aire).	0: No cuenta con dispensadores. 1: Cuenta con dispensadores de jabón líquido, pero no de alcohol en gel, y no está conservado, limpio y desinfectado. 2: Cumple, pero no cuenta con papel toalla para el secado de las manos o secadores automáticos. 3: Cuenta con dispensadores bien conservados, limpios y desinfectados.	3		
39	INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD	ÁREA DE PRODUCCIÓN	PERSONAL	Casilleros independientes	El área de personal cuenta con casilleros independientes dependiendo el número de empleados.	0: No cuentan con casilleros independientes. 3: Cuentan con casilleros independientes.	3		



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Escuela Profesional de Turismo,
Hotelería y Gastronomía

Acreditada Internacionalmente por IAC-CINDA



TURISMO, HOTELERÍA GASTRONOMÍA



UNIVERSIDAD
RICARDO PALMA
Instituto de Estudios Turísticos
Escuela de Turismo, Hotelería
y Gastronomía

Acreditada
internacionalmente por
IAC **ISO**
Instituto Internacional para el
Aseguramiento de la Calidad

53 años
1969 - 2022



El Licenciado en Turismo, Hotelería y Gastronomía está capacitado en el planeamiento y manejo racional de los recursos naturales y culturales. Diseña políticas y estrategias turísticas, asimismo está capacitado en la administración de agencias de viajes, establecimientos de hospedajes y restaurantes.

Su función principal es la operación, diseño e implementación eficiente de empresas de servicios con destinos turísticos.

CAMPO LABORAL

El profesional en Turismo, Hotelería y Gastronomía puede desempeñarse en:

- Dirigir el manejo adecuado de todos los servicios de excelencia que una empresa debe ofrecer al turista.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades estratégicas de las empresas del sector turismo, hotelero y gastronómico.
- Realizar consultorías especializadas en turismo, hotelería y gastronomía a empresas nacionales e internacionales así como al gobierno central y local.
- Diseñar campañas de publicidad y promoción turística.
- Realizar investigaciones de mercado y proyectos de inversión en la actividad turística, hotelera y gastronómica.
- Organizar, programar y dirigir itinerarios, paquetes y circuitos turísticos nacionales e internacionales.
- Liderar eficazmente empresas turísticas e influir en los sectores de la población para crear una conciencia turística nacional.



Grado académico: Bachiller en Turismo, Hotelería y Gastronomía.
Título Profesional: Licenciado en Turismo, Hotelería y Gastronomía
Duración: Diez semestres académicos - 5 años
Créditos : 200

esc-thyg@urp.edu.pe
Central telefónica: (0511)7080000
Anexo: 3222