



Análisis
sobre la
innovación
en el
sector
gastronómico
del **Perú**

**Catalogación en la fuente proporcionada por la
Biblioteca Felipe Herrera del
Banco Interamericano de Desarrollo**

Análisis sobre la innovación en el sector gastronómico del Perú / Julio J. Elías, Álvaro García Negro, Maja Schling, Ian Mount.

p. cm. — (Monografía del BID ; 987)
Incluye referencias bibliográficas.

1. Gastronomy-Peru. 2. Food tourism-Peru. I. Elías, Julio J. II. García Negro, Álvaro. III. Mount, Ian. IV. Schling, Maja. V. Banco Interamericano de Desarrollo. División de Medio Ambiente, Desarrollo Rural y Administración de Riesgos por Desastres. VI. Serie. IDB-MG-987

Códigos JEL: O54, Q16, O31.

Palabras clave: Agricultura, Innovación Agrícola, Política Pública, Gastronomía.

Publicado en 2022

Diseño y maquetación: Elena Sampredo | elena@lacasagrafica.com

Créditos de las imágenes: iStockphoto (portada), Shutterstock (págs. 2, 15, 21, 22, 23, 71, 84, 86), Loff.it (págs. 6, 29), blackfoodproject (págs. 7, 25, 70), *Gaman* de Luis Arévalo (pág. 13), *Central* de Virgilio Martínez (págs. 14, 30), Latasia (pág. 19), Jetnews.com (pág. 26), Gastón Acurio en EFE (pág. 32), Facebook de *El Señorío de Sulco* (pág. 36), Mitsuharu Tsumura por ©Guillermo Zavala Fotografía (pág. 39), Pedro Schiaffino por ©Manuel Melgar (pág. 42), Bernardo Roca Rey en Andina ©Carlos Lezama (pág. 45), Mónica Huerta en El País ©Ignaio Medina (pág. 47), Toshi Matsufuji en Diario Correo Perú (pág. 50), José del Castillo en El Comercio Perú (pág. 53), Israel Laura en Perú21 (pág. 56), Flavio Solórzano en Perú21 ©Jesús Saucedo (pág. 59), Héctor Solís ©Facebook *Fiesta Gourmet* (pág. 62), Joseph Ruiz Costa en Cocktail Perú (pág. 65), Malena Martínez en *Gastroeconomy* (pág. 67), cocina de Omar Malpartida en *Gastroactitud* (pág. 76), FineDiningLovers.com (pág. 79), www.chefstalk.com (pág. 85), www.inoutviajes.com (pág. 87)

www.iadb.org

Copyright © 2022 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



01

Introducción 3

02

Análisis de la evolución reciente del sector gastronómico del Perú y su inserción en el mercado mundial 7

03

Marco conceptual de los procesos de innovación y creatividad aplicada a los procesos productivos 13

04

La revolución gastronómica del Perú 19

05

El papel de la cultura 25

06

Innovadores 30

GASTÓN ACURIO, *Astrid y Gastón* • ISABEL ÁLVAREZ NOVOA, *El Señorío de Sulco*
MITSU HARU “MICA” TSUMURA, *Maido* • PEDRO SCHIAFFINO, *Malabar y ámaZ*
BERNARDO ROCA REY, *cocina novoandina* • MÓNICA HUERTA, *La Nueva Palomino*
TOMÁS “TOSHI” MATSUFUJI, *Al Toke Pez* • JOSÉ DEL CASTILLO, *Isolina Taberna Peruana*
ISRAEL LAURA, *Kañete* • FLAVIO SOLÓRZANO, *El Señorío de Sulco*
HÉCTOR SOLÍS, *Fiesta Miraflores Lima Gourmet* • JOSEPH RUIZ (*sommelier*), *Central*
MALENA MARTÍNEZ, *directora de Mater Iniciativa*

07

Derrame sobre el sector agropecuario 70

08

El papel de las instituciones 76

09

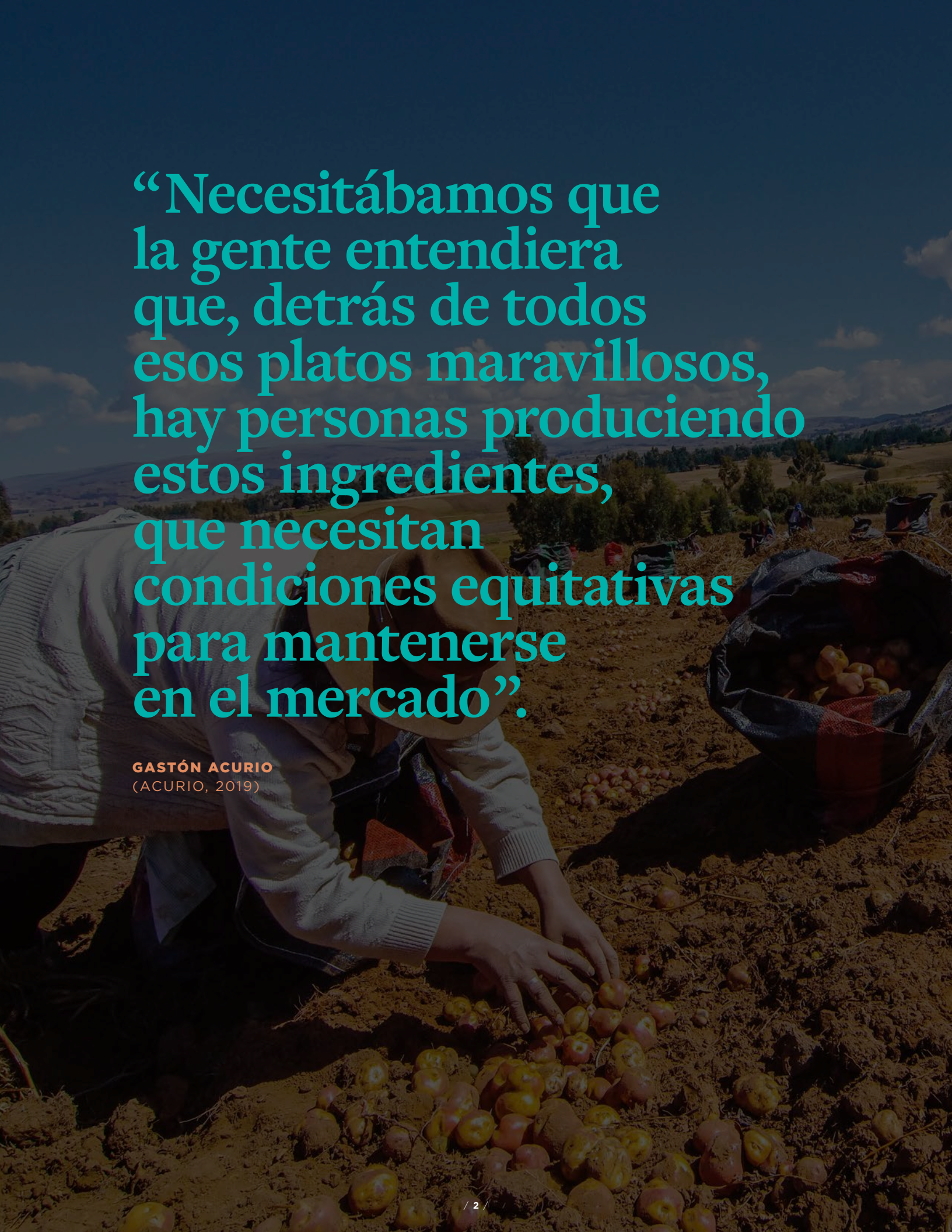
Encuesta a productores agropecuarios 79

10

Lecciones del estudio 85

Referencias 90

Anexo 92

A person wearing a wide-brimmed hat and a light-colored jacket is kneeling in a field, harvesting potatoes. The ground is covered with dirt and many small, round potatoes. In the background, there are more people working in the field, and a large black bag filled with potatoes is visible on the right. The sky is blue with some clouds.

“Necesitábamos que la gente entendiera que, detrás de todos esos platos maravillosos, hay personas produciendo estos ingredientes, que necesitan condiciones equitativas para mantenerse en el mercado”.

GASTÓN ACURIO
(ACURIO, 2019)

01

Introducción

Este es un estudio sobre grandes innovadores de la gastronomía del Perú. A través de este estudio, se busca acercar al lector a cada uno de ellos, al proceso que llevó a la gastronomía del Perú a ocupar un lugar privilegiado en la alta cocina internacional y a entender su interacción con la agricultura peruana. Se eligió, para ello, utilizar el enfoque económico para indagar en el proceso de innovación y entender la **revolución gastronómica** que se produjo.

Este enfoque está basado en el estudio de caso y parte de la idea de que, para entender el proceso de innovación, es necesario dedicar mucha atención a comprender cómo los innovadores producen sus descubrimientos, cómo los artistas crean obras maestras y cómo los ingenieros y empresarios crean nuevas tecnologías y productos. Los protagonistas en este análisis son los innovadores mismos.

Armados con este enfoque, se desarrolló un proceso sistematizado de entrevistas¹ a los principales referentes del sector gastronómico con el objetivo de analizar el proceso de innovación y transformación en la gastronomía peruana, y cómo esta afectó la producción de sus **insumos agropecuarios, como la papa, los ajíes y la quinua**. También se evaluó el papel de la identidad cultural y la importancia de la revalorización de la cultura local como mecanismo de diferenciación del producto y como motivación para la innovación.

El crecimiento de la gastronomía peruana en la escena internacional ha sido impactante: hace una década, solo había alrededor de doscientos restaurantes peruanos en el exterior, mientras que, en la actualidad, hay cerca de cuatro mil, incluyendo más de cuatrocientos solo en Estados Unidos, según datos de la Asociación Peruana de Gastronomía (APEGA). Su crecimiento implica tanto la calidad como la cantidad: en el listado anual de The World's Best Restaurants de 2021, dos de los primeros diez son peruanos y se encuentran en Lima (Central y Maido).

1. Entre junio y diciembre 2020, se realizaron doce entrevistas a chefs, una a un *sommelier* y cuatro entrevistas a organizaciones vinculadas al sector agropecuario. Las entrevistas se realizaron de forma remota a través de la plataforma Zoom debido a la pandemia.

Se dice que el éxito tiene muchos padres, pero, en el caso de la revolución gastronómica peruana, existe consenso en que hay uno: el chef y emprendedor **Gastón Acurio**. Su enfoque experimental y su concepción de la cocina como una tarea de investigación lo llevaron a descubrir una nueva manera de elaborar y promocionar la cocina del Perú. Acurio renovó la cocina peruana y abrió así el camino a una generación notable de chefs peruanos, como Virgilio Martínez, Micha, Pedro Schiaffino, Toshi y Héctor Solís. Todos ellos reconocen tener una deuda con él y lo consideran el edificador y líder de su comunidad.

La búsqueda de diferenciación a través de la calidad es uno de los motores de la innovación y de la creatividad que puede permitir la reconversión de sectores productivos.² El surgimiento y la aparición de la gastronomía peruana en el mercado internacional a principios de los 2000 se produjo mediante una reconversión que combinó lo autóctono con lo foráneo. Esta estuvo basada en la innovación orientada a la puesta en valor de su cocina aplicando técnicas de la alta cocina internacional **apoyada en la identidad, la diversidad cultural y la biodiversidad del Perú**.

Su desarrollo se dio a través de un proceso dinámico que combinó innovaciones conceptuales y experimentales en una búsqueda de diferenciación motivada por los incentivos del mercado. Una nueva generación de chefs peruanos entrenados en los centros gastronómicos más importantes del mundo produjo una revolución. La estabilidad económica del Perú creó un mercado atractivo para que regresaran estos chefs y realizaran inversiones e innovaciones utilizando el capital humano adquirido en el exterior. Esto permitió renovar el sector gastronómico peruano y difundirlo a nivel internacional. Este desarrollo se vio potenciado por el gran aumento en el turismo internacional y los cambios de hábitos locales que se generaron a partir del reconocimiento internacional de la gastronomía del Perú.

En una primera etapa, se produjo una diferenciación a nivel agregado en el que se revalorizó y distinguió la gastronomía peruana. Dentro de esta nueva categoría de cocina, también se produjo una diferenciación entre los distintos chefs que redescubrieron y modernizaron las cocinas regionales y el uso de insumos autóctonos. Esto reforzó de manera inconsciente e hizo crecer este nuevo recurso de uso común. La diferenciación a partir de la cultura permitió a la gastronomía peruana apropiarse del retorno a la innovación a nivel del sector en el mercado local e internacional, y la diferenciación entre chefs le permitió la apropiación del retorno dentro del sector. La expansión internacional del tamaño del mercado a través de la marca Perú le permitió generar y sostener una gran variedad de cocinas, motivado por las ganancias de la especialización.

2. Ver, por ejemplo, Braguinsky *et al.* (2020) para el caso de la industria de hilado de algodón en Japón a principios del siglo pasado, y Elías *et al.* (2020) para el caso reciente del vino de calidad argentino.

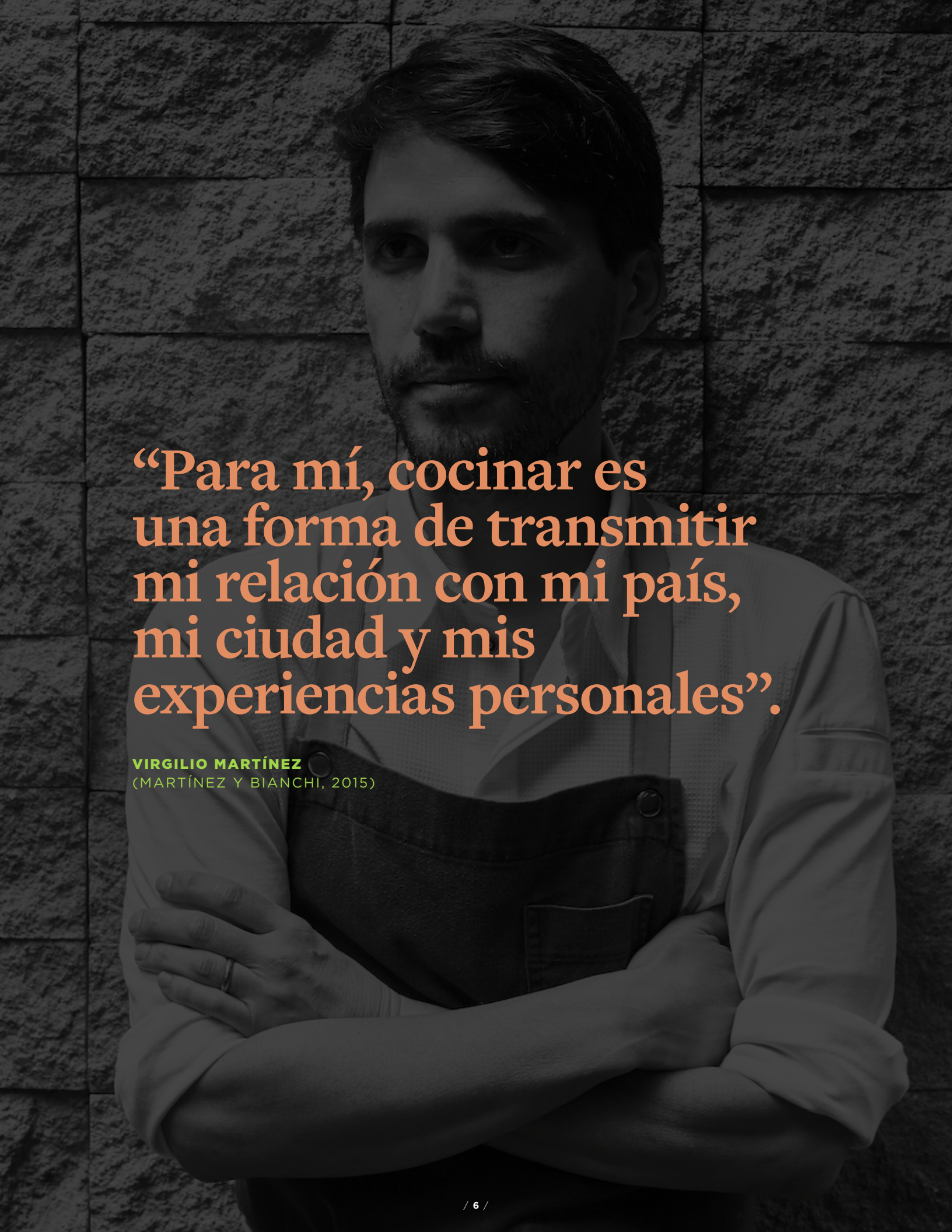
Para entender cómo este proceso de innovación afectó al sector agropecuario, se realizó también una encuesta a pequeños productores agropecuarios en julio de 2021, que reveló una percepción positiva sobre los cambios en la gastronomía por parte de estos. De acuerdo con la encuesta, la revolución gastronómica permitió la valorización de los productos y de la actividad que realiza el productor agropecuario, y también de la cultura y las tradiciones peruanas.

Si bien las instituciones han desempeñado un papel importante en el proceso de desarrollo que se generó a partir de la revolución gastronómica, en general, los actores del sector gastronómico coinciden en que se deben fortalecer las instituciones que trabajan sobre el sector agropecuario para generar una mayor conexión con los productores, como con el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, y el INIA. Una iniciativa exitosa que facilitó esta conexión fue la feria Mistura.

En muchos casos los procesos de transformación se generan a través de la introducción de nuevos insumos (por ejemplo, nuevos ingredientes, como la quinua y la papa nativa), capital material (dispositivos e instrumentos de cocina modernos), capital humano y tecnología (nuevas habilidades desarrolladas a través de la educación formal y la práctica en los mejores lugares de cocina de Europa y Estados Unidos, y nuevas técnicas, como las de la alta cocina francesa y la cocción fugaz para hacer el ceviche, que hoy es norma culinaria elemental según Gastón Acurio).

La visión tradicional sobre la transformación de un sector es que se da a través del capital humano y la adquisición de tecnología, principalmente. El caso de la transformación de la gastronomía del Perú es un caso que combina ambos factores e interactúa con la cultura y con el aprovechamiento de la gran variedad y calidad de insumos autóctonos. La conexión entre la identidad cultural peruana y la gastronomía que propone y pone en práctica Gastón Acurio produce un nuevo recurso de uso común: **la marca Perú**.

A continuación se presenta un análisis de la evolución del sector gastronómico. En la sección 3, se desarrolla el marco analítico de la economía de la creatividad que se utilizará para el estudio de la innovación, ilustrado con el caso del arte, y se incluye una prueba de creatividad para conocer el tipo de innovador de acuerdo con la clasificación de Galenson. En las secciones 4 y 5, se analiza la revolución gastronómica y se muestra cómo la gastronomía se diferenció a partir de la cultura y la identidad peruana. En la sección 6, se utiliza el enfoque de la economía de la creatividad para analizar a algunos de los principales innovadores de la gastronomía peruana. En las secciones 7, 8 y 9, se analizan los efectos de la revolución gastronómica sobre el sector agropecuario, el papel de las instituciones en este proceso de innovación y los resultados de una encuesta a productores agropecuarios. Finalmente, este informe presenta las conclusiones del estudio, tanto sobre hechos estilizados como de política para la innovación y el sector agropecuario.

A man with a beard and mustache, wearing a white chef's shirt and a dark apron, stands with his arms crossed against a textured stone wall. The lighting is dramatic, highlighting his face and the texture of the wall.

“Para mí, cocinar es una forma de transmitir mi relación con mi país, mi ciudad y mis experiencias personales”.

VIRGILIO MARTÍNEZ
(MARTÍNEZ Y BIANCHI, 2015)

02

Análisis de la evolución reciente del sector gastronómico del Perú y su inserción en el mercado mundial



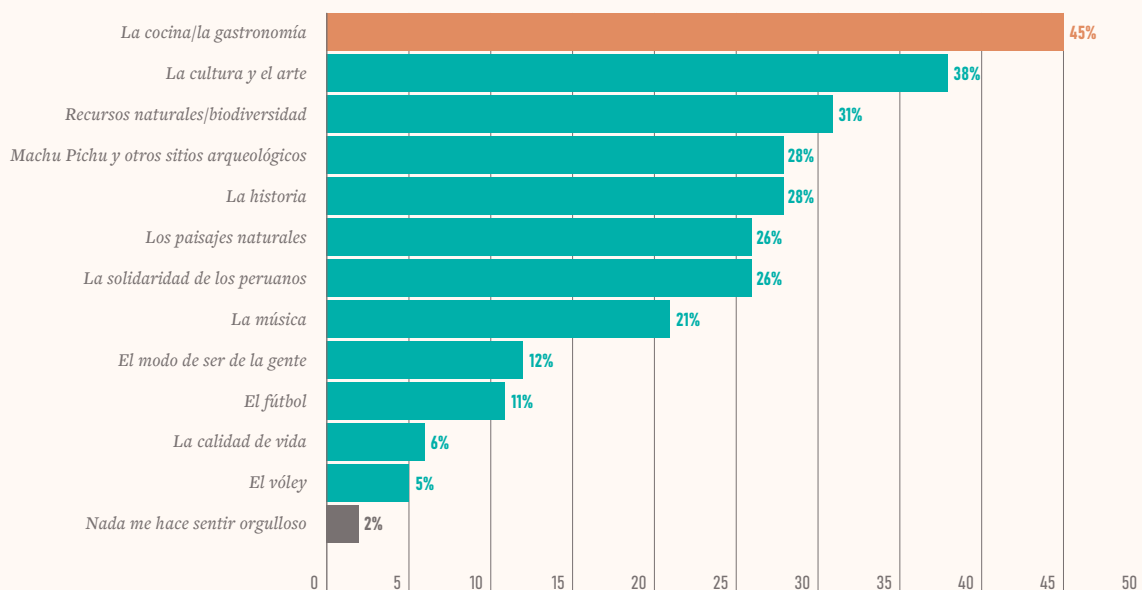
“La cocina peruana es fruto de un mestizaje maravilloso y nos dimos cuenta de que nos permitiría demostrar que somos capaces de abrir camino a una nueva imagen de país, perder el miedo a reencontrarnos con nuestra identidad y crear valor a partir de ella”.

GASTÓN ACURIO (ORTEGA, 2019)

De acuerdo con la socióloga Isabel Álvarez Novoa, “el resurgimiento de la comida peruana ha permitido a los peruanos sentirse más cerca de su tierra y sentirse orgullosos de lo que son (Al Jazeera, 2017)”. **La gastronomía y la cocina se han transformado en motivo de orgullo y han pasado a formar parte de la identidad del Perú.** En una encuesta de 2020 sobre identidad nacional realizada por Ipsos,

el 45% de los peruanos manifestaron que la gastronomía era la principal razón por la que se sentían orgullosos de ser peruanos. En segundo término, aparecieron la cultura y el arte, con un 38% (Figura 1). Este sentimiento estaba más acentuado entre los jóvenes y las mujeres, lo que sugiere que el desarrollo de la gastronomía es un proceso que está vivo y con el cual la mujer se siente identificada.

FIGURA 1. RAZONES POR LAS CUALES LOS ENCUESTADOS SIENTEN ORGULLO POR SER PERUANOS (JULIO 2020)



Fuente: Ipsos, 2020.

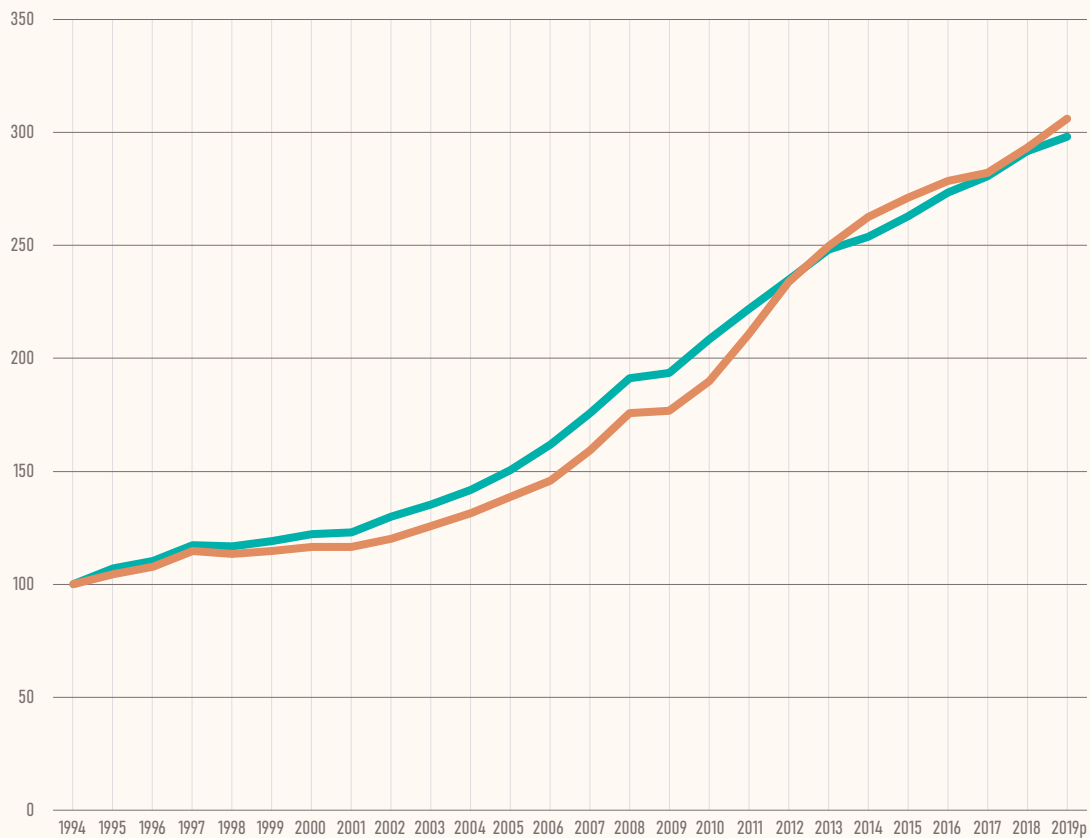
Si bien es arriesgado hablar de causalidad, este sentimiento no resulta sorprendente cuando se analizan los fundamentos de la revolución de la cocina peruana. La visión de la cocina planteada por el chef Gastón Acurio a inicios de los 2000 es que esta es una industria creativa que interactúa con la cultura de América Latina. Esta valoración se ha reflejado en la evolución de la actividad económica de la gastronomía y los productos agrícolas asociados con ella, de las exportaciones de productos agrícolas con identidad peruana y de su importancia como atractor del turismo.

Durante el período 1994-2000, el producto interno bruto (PIB) del sector de alojamiento y restaurantes creció al 2,6% anual, por debajo del crecimiento

de la economía, que creció al 3,3% anual (Figura 2). Esto se invirtió a partir del 2000, cuando se inició la transformación de la gastronomía del Perú. Durante el período 2000-2019, el sector de alojamiento y restaurantes creció al 5,1% anual, por encima del 4,7% del crecimiento de la economía. Su importancia en el producto interno bruto se mantuvo alrededor del 3% durante el período y alcanzó el 3,2% en 2019.

Hasta 2019, la gastronomía se había convertido en un motor clave de empleo. Solo en Lima, cerca de un 5% de la población económicamente activa trabajaba para la industria de restaurantes y hoteles, registrando cerca de 135.000 empleos en restaurantes. El crecimiento del empleo en el sector

FIGURA 2. EVOLUCIÓN DEL PIB NACIONAL Y DEL SECTOR ALOJAMIENTO Y RESTAURANTES EN EL PERÚ (1994-2019)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2021.

Nota: Base 1994 = 100

— PIB

— Alojamiento y restaurantes

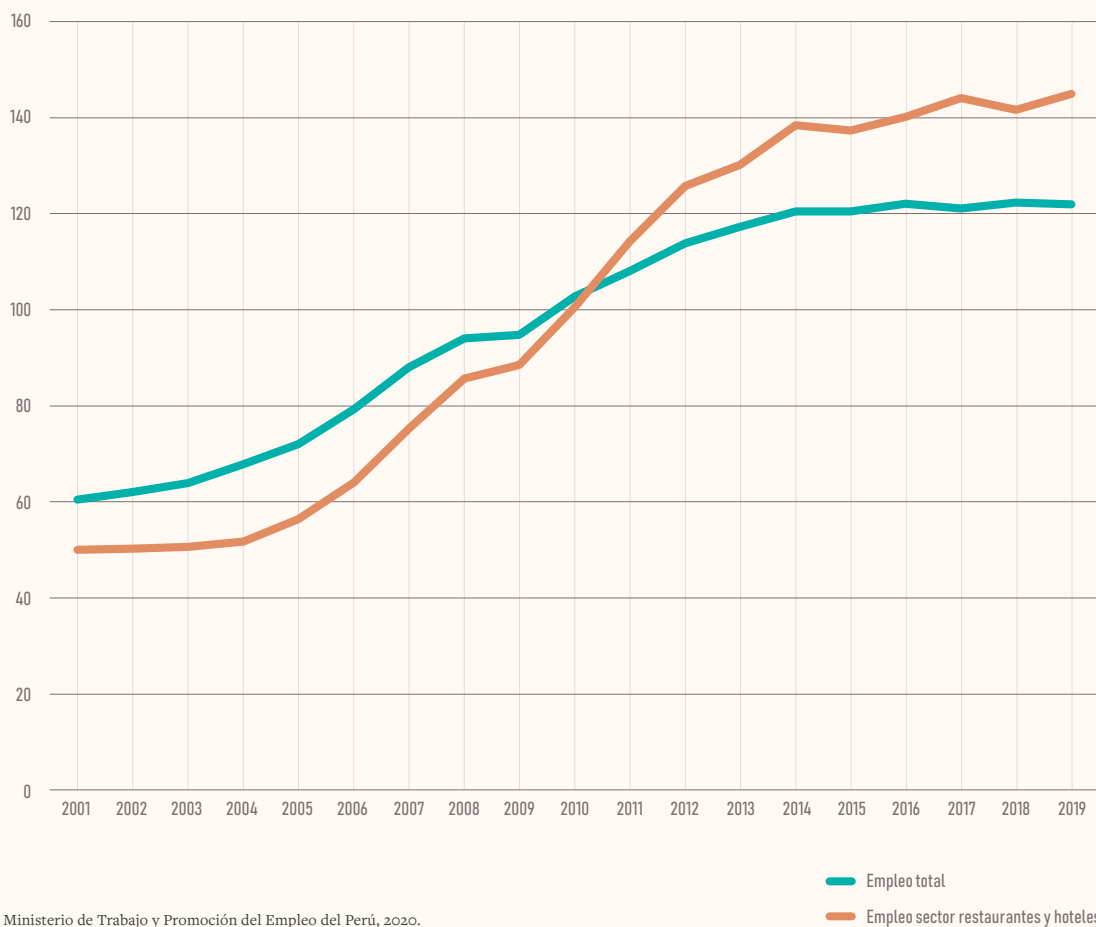
Restaurantes y Hoteles en Lima se aceleró durante los 2000 y superó el crecimiento del empleo total (Manufactura, Comercio y Servicios) durante la década del 2010 (Figura 3).

La comida peruana siempre fue reconocida en Latinoamérica, pero, solo en años recientes, el resto del mundo comenzó a apreciarla. Perú es uno de los pocos países que, en los últimos veinte años, **ha logrado posicionar su gastronomía a nivel internacional** de una manera que le ha permitido competir directamente con las gastronomías ya internacionalizadas,

como la francesa, italiana, mexicana³, japonesa y china. Una década atrás, los restaurantes peruanos en el exterior no superaban los doscientos; hoy solo en Estados Unidos suman más de cuatrocientos, según datos de la Asociación Peruana de Gastronomía (APEGA). El chef Gastón Acurio refiere: “Pasamos de cuarenta restaurantes peruanos en el

3. “La cocina tradicional mexicana: Una cultura comunitaria, ancestral y viva y el paradigma de Michoacán” fue declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO en 2010.

FIGURA 3. EVOLUCIÓN DE EMPLEO EN EMPRESAS PRIVADAS FORMALES DE CINCUENTA A MÁS TRABAJADORES PARA EL TOTAL Y EL SECTOR RESTAURANTES Y HOTELES EN LIMA METROPOLITANA (2001-2019)



2004 en el mundo, a cuatro mil en el 2019. Pero todavía estamos lejos de los sesenta mil japoneses y los trescientos mil italianos y es ahí donde está la verdadera transformación económica”.

La llegada del **turismo internacional a Perú** tuvo un impacto significativo sobre el desarrollo del sector gastronómico. Entre 2004 y 2019, la cantidad de turistas internacionales pasó de 1,3 a 4,4 millones de personas (Mincetur, 2022). A través de la mayor demanda que generó y del cambio que produjo en esta, el turismo potenció el desarrollo de la nueva gastronomía peruana y la transformó en una atracción en sí misma.

Sobre el fenómeno del turismo gastronómico, el escritor peruano y ganador del Premio Nobel Mario Vargas Llosa (2009) señala:

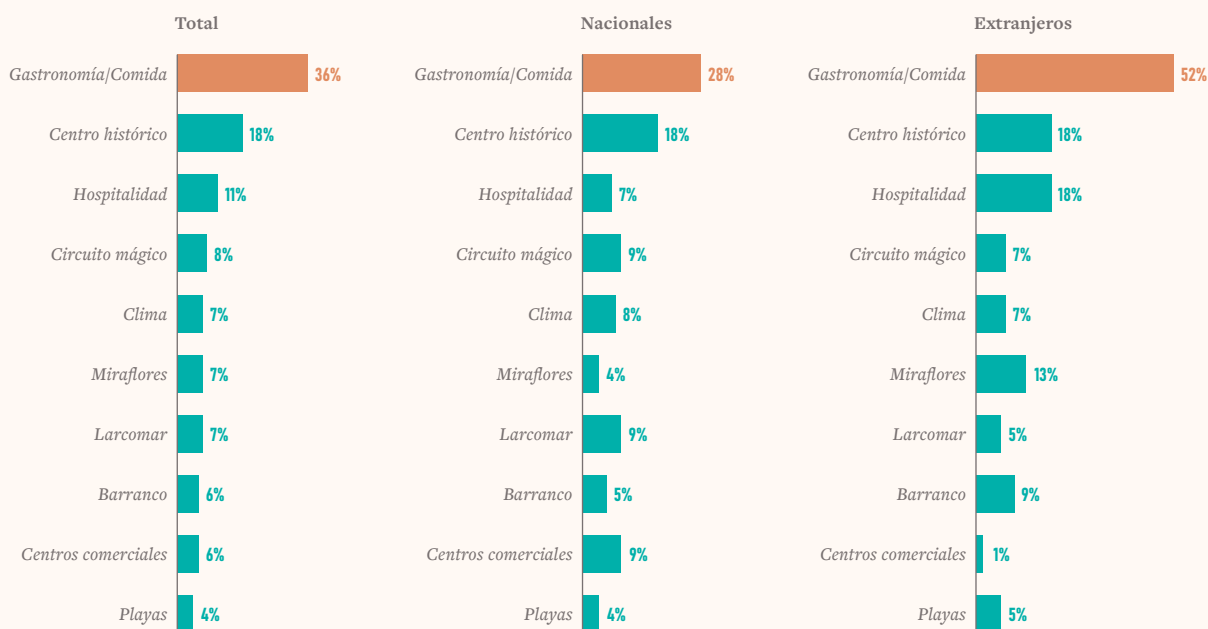
«Si alguien me hubiera dicho hace algunos años que un día iba a ver organizarse en el extranjero “viajes turísticos gastronómicos” al Perú, no lo hubiera creído. Pero ha ocurrido y sospecho que los chupes de

camarones, los piqueos, la causa, las pachamancas, los ceviches, el lomito saltado, el ají de gallina, los picarones, el suspiro a la limeña, etcétera, traen ahora al país tantos turistas como los palacios coloniales y prehispánicos del Cusco y las piedras de Machu Picchu».

En 2019, al igual que en 2018, la llegada de turistas internacionales al Perú alcanzó los 4,4 millones, un crecimiento del 9,6% respecto del 2017. Este desempeño fue impulsado principalmente por la llegada de turistas procedentes de Chile (+8,6%) y de EE. UU. (+9,7%). Estos países significaron más del 40% del total de llegadas al Perú (Mincetur, 2019).

La diferenciación de la gastronomía a través de su identidad cultural le ha permitido complementarse con otras grandes atracciones turísticas y transformarse en uno de los mayores atractivos del Perú. En 2019, el 36% de los turistas que visitaron Lima reportaron como razón de agrado de su visita “la gastronomía agradable y variada”, siendo esta la primera razón, seguida por el centro histórico con 18% (Figura 4).

FIGURA 4. ENCUESTA DE NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA LIMA 2019. RAZONES DEL AGRADO CON RESPECTO A LA VISITA A LA REGIÓN DE LIMA



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, 2019.

La irrupción de la pandemia a inicios de 2020 tuvo un impacto significativo sobre la economía en general y, en particular, sobre la actividad en las grandes concentraciones urbanas y el turismo, con su consecuente impacto sobre el sector gastronómico. Durante el 2020, la economía peruana decreció en 11,1% y el empleo total a nivel nacional registró una caída de 13% (Informe Anual del Empleo en el Perú 2020). El turismo internacional cayó de forma dramática de 4,4 millones de turistas en 2019 a 0,9 millones en 2020 y a 0,4 millones en 2021 (Mincetur, 2022).

La enorme contracción de la demanda por servicios gastronómicos en los establecimientos debido a la pandemia y a las restricciones impuestas por el Gobierno llevó a los restaurantes a focalizar los esfuerzos de innovación y creatividad en adaptar la organización del negocio y los procesos a las nuevas circunstancias (ej. innovación y desarrollo del delivery, cartas digitales, reasignación del personal y creación de nuevas tareas orientadas al envío de comida).

La recuperación del sector y la revitalización de la innovación orientada al desarrollo de la gastronomía marca Perú, que ofrece al consumidor la vivencia de una experiencia única, dependerá en gran medida de la recuperación del tamaño del mercado, sobre todo, del turismo. Una de las lecciones sobre las políticas que se concluye a partir de este estudio es la importancia de favorecer (no obstaculizar) el turismo interno e internacional para la innovación en el sector gastronómico. Teniendo en cuenta que la pandemia no ha modificado los grandes atributos turísticos que ofrece el Perú ni la identidad ni el atractivo de su cocina, la recuperación del turismo y su crecimiento plantea un gran desafío a futuro en cuanto a la política de

apertura y facilitación del turismo tanto a nivel nacional como internacional. También se refuerza la recomendación de políticas del desarrollo de un marco económico estable y flexible que facilite la inversión y el derrame entre distintos sectores.

El economista Edward Glaeser, líder en economía de las ciudades, es optimista en cuanto a la recuperación de las ciudades y las actividades que las hacen atractivas:

«La historia a largo plazo de las ciudades no puede dejar de hacernos optimistas. Durante 2500 años, las conexiones urbanas han producido nuevas tecnologías, grandes obras de arte y profundos cambios sociales. Durante 1000 años, las ciudades han sobrevivido a los bombardeos, la peste negra, el cólera, los terremotos y los incendios. A menudo han reconstruido mejor. Si bien no todas las ciudades escapan ilesas de la COVID-19, la mayoría seguramente prosperará nuevamente (2022)».

Virgilio Martínez comparte este optimismo. La pandemia no frenó sus planes de expansión y, actualmente, se apresta a inaugurar dos restaurantes en grandes urbes: Olluco en Moscú y MAZ en Tokio, una de las capitales de la gastronomía.

En la próxima sección, se examina cómo se convirtió la gastronomía peruana en una atracción más que folklórica —que no solamente expresa su historia identitaria, sino que se utiliza en una manera pensada y creativa— a través de un proceso de innovación que tiene elementos comunes al desarrollado en otras áreas, como las artes y los negocios.

03

Marco conceptual de los procesos de innovación y creatividad aplicada a los procesos productivos



Para Gary Becker (2005)⁴, la **revolución del conocimiento** consistió en la aplicación sistemática del conocimiento a los negocios y a la economía. Esto llevó a una explosión en la productividad, impulsada por los avances en el conocimiento científico y de otro tipo relevante para las economías. A continuación, se presenta el enfoque económico a la innovación de Romer y Galenson. Este enfoque servirá de marco de análisis para entender cómo se desarrolló la innovación en el sector gastronómico del Perú y sus mecanismos, y para organizar el análisis de casos individuales de innovadores, como Gastón Acurio e Isabel Álvarez Novoa, que se presentan en la Sección 6.

3.1. INCENTIVOS PARA LA INNOVACIÓN

El enfoque de **Paul Romer**⁵ considera que los incentivos son importantes para innovar y enfatiza el papel de las inversiones motivadas en la búsqueda de beneficios a través del descubrimiento de nuevos productos o procesos. De acuerdo con Romer (1990), las ideas se diferencian de los bienes económicos privados y, en particular, del capital físico y humano en que estas no son bienes “rivales”: el uso de una idea por parte de una persona no impide que otras personas utilicen la misma idea. Debido a esto, la búsqueda de la diferenciación es uno de los principales incentivos para la innovación. La diferenciación, por ejemplo, a través de una marca o de un aspecto en particular del producto o servicio, es lo que le permite al innovador apropiarse del retorno. En el caso de la gastronomía peruana, la diferenciación se produjo a partir de la calidad,

del aprovechamiento de la gran variedad de insumos locales, del regreso a los orígenes y de la identidad cultural peruana. Este cambio permitió una expansión del mercado local e internacional, lo que reforzó los incentivos para diferenciarse e innovar.

Para entender y caracterizar en mayor detalle el proceso de innovación, se combinó la caracterización del proceso de innovación de Romer con la clasificación de innovadores del economista **David Galenson** de la Universidad de Chicago, que, de acuerdo con la forma que trabaja el innovador y su concepción de la disciplina, distingue entre innovadores conceptuales y experimentales.

3.2. PLANIFICADORES VERSUS IMPROVISADORES⁶

Para iniciar un nuevo proyecto, en el libro *The Lego Idea Book* (Lipkowitz, 2011), se señala que, en algunas ocasiones, es conveniente planificar con anticipación, mientras que, en otras, es mejor empezar sin una idea preconcebida e ir ideando el nuevo modelo sobre la marcha. La obra establece de forma clara dos enfoques posibles para la innovación, pero despierta inmediatamente el interrogante sobre qué determina la conveniencia de uno u otro enfoque. De acuerdo con Galenson, la estrategia óptima para innovar (planificar o idear sobre la marcha a partir de la experimentación) depende del tipo de innovador que sea la persona. En el test de cinco preguntas desarrollado a continuación, se puede descubrir rápidamente qué tipo de innovador es cada persona según la clasificación de Galenson.

4. Premio Nobel de Economía 1992.

5. Premio Nobel de Economía 2018.

6. Basado en Elías (2014).



¿Qué tipo de innovador eres: conceptual o experimental?

TEST DE CREATIVIDAD DISEÑADO POR COLIN STEWART

Empieza en 5 puntos. Ajusta el número para arriba o para abajo a medida que respondas las siguientes preguntas. Saltea las que te parezca que no aplican en tu caso.

PREGUNTA	RESPUESTA
<p>1. Planificación Cuando inicias un proyecto, ¿elaboras primero un plan para llevarlo a cabo, paso a paso, o empiezas de forma inmediata y vas improvisando sobre la marcha?</p>	<p><i>Planifico de forma anticipada (añadir 2 puntos)</i> <i>Improviso (restar 2 puntos)</i></p>
<p>2. Inicio Al pensar de nuevo en el cambio mejor recibido en alguna cosa o procedimiento que alguna vez hiciste en tu rincón del mundo (incluyendo tu carrera, lugar de trabajo, la escuela y el hogar, pero excluyendo superación personal), ¿empezó todo con una idea brillante que pusiste en práctica o lo lograste por prueba y error sin saber bien de antemano lo que sería este cambio?</p>	<p><i>Idea brillante (añadir 2 puntos)</i> <i>Prueba y error (restar 2 puntos)</i> <i>Nunca un cambio mío fue bien recibido (0 puntos)</i></p>
<p>3. Principios generales o específicos Cuando necesitas hacer un cambio o hacer algo nuevo, ¿eliges la forma de actuar pensando primero en cómo se aplican principios generales a la situación o examinando primero los detalles de la situación?</p>	<p><i>Principios generales (añadir 2 puntos)</i> <i>Específicos (restar 2 puntos)</i></p>
<p>4. Finalización Cuando un proyecto se acerca a su fin, ¿te encuentras listo para cerrarlo y cambiar a otro proyecto, o deseas seguir haciendo mejoras?</p>	<p><i>Cambiar a otro proyecto (añadir 2 puntos)</i> <i>Seguir haciendo mejoras (restar 2 puntos)</i></p>
<p>5. En retrospectiva Después de que un proyecto finaliza, ¿sueles estar satisfecho o, más probablemente, quedas insatisfecho con este?</p>	<p><i>Satisfecho (añadir 2 puntos)</i> <i>Insatisfecho (restar 2 puntos)</i></p>

Si obtuviste menos de 1 punto, eres un **INNOVADOR EXPERIMENTAL EXTREMO**

Si obtuviste 1 a 3 puntos, eres un..... **INNOVADOR EXPERIMENTAL MODERADO**

Si obtuviste 5 puntos, eres un..... **INNOVADOR INTERMEDIO**

Si obtuviste 7 a 9 puntos, eres un..... **INNOVADOR CONCEPTUAL MODERADO**

Si obtuviste más de 9 puntos, eres un **INNOVADOR CONCEPTUAL EXTREMO**

En su búsqueda por entender el proceso creativo y de innovación, David Galenson se dio cuenta de que el arte era un excelente laboratorio para estudiar la creatividad desde la economía. Al igual que en el caso de los investigadores, **los artistas también son innovadores**. Los trabajos de arte significativos contienen innovaciones sustanciales. Independientemente de la naturaleza de la innovación, en última instancia, su relevancia reside en su grado de influencia sobre otros artistas. En el arte, como en todas las actividades intelectuales, solo los artistas que influyen las prácticas de sus sucesores son genuinamente significativos.

A partir del estudio detallado de las carreras de más de doscientos artistas, Galenson establece que existen dos tipos de innovadores muy diferentes en el arte: los innovadores conceptuales, quienes planifican en detalle antes de realizar una obra, y los innovadores experimentales, quienes toman las decisiones más importantes sobre su trabajo mientras lo realizan.

Los innovadores conceptuales utilizan su arte para expresar ideas de forma precisa. La precisión de

sus objetivos les permite planificar su trabajo y ejecutarlo de manera decidida. Pablo Picasso, Andy Warhol y Frida Kahlo fueron grandes innovadores conceptuales. Sus innovaciones conceptuales tienden a ser dramáticas. En la mayoría de los casos, consisten en algo completamente diferente, que rompe las reglas convencionales de una disciplina o actividad. Sus nuevas ideas más radicales y, en consecuencia, sus mayores innovaciones, tienden a aparecer al principio de sus carreras.

Para los innovadores conceptuales, como Pablo Picasso, la etapa de la planificación es fundamental en el proceso de innovación. Para pintar *Les demoiselles d'Avignon*, Picasso realizó cientos de bocetos y dibujos preliminares. Esta obra fundamental del arte moderno, que se puede apreciar en el MOMA en Nueva York, la realizó en 1907, a la edad de veintiséis años. “En mi opinión, buscar no significa nada en la pintura. Encontrar es la cosa” y “Cuando pinto, mi objetivo es mostrar lo que he encontrado, no lo que estoy buscando” son algunas de las frases de Picasso que lo revelan como un innovador altamente conceptual.



FIGURA 5. PABLO PICASSO (INNOVADOR CONCEPTUAL). *LES DEMOISELLES D'AVIGNON*, 1907. MOMA



FIGURA 6. PAUL CÉZANNE (INNOVADOR EXPERIMENTAL). *LE MONT SAINTE-VICTOIRE*, 1902-1904. PHILADELPHIA MUSEUM OF ART

En contraste, **los innovadores experimentales** buscan registrar sus percepciones visuales y carecen de un objetivo claro. Proceden de manera tentativa, mediante prueba y error, construyendo sus habilidades gradualmente mientras desarrollan su trabajo, y tienden a realizar sus mayores contribuciones tarde en su carrera. Paul Cézanne, Georgia O’Keeffe y Jackson Pollock son algunos ejemplos de grandes innovadores experimentales.

En una forma de improvisación experimental extrema para realizar sus pinturas, Jackson Pollock desplegaba la tela sobre el suelo y sobre ella salpicaba y dejaba gotear la pintura utilizando pinceles endurecidos, varas y jeringas. Pollock explicaba que solo después de una especie de período de

reconocimiento veía lo que había logrado. Evitaba la preconcepción a tal punto que recién en la etapa final de su trabajo decidía el tamaño y la orientación del cuadro. Pollock era un experimental extremo.

Las categorías de innovador conceptual e innovador experimental no se aplican únicamente al mundo del arte. Trabajos posteriores muestran que los mismos patrones se repiten en otras áreas, como la literatura, la música, los negocios, la industria del vino de calidad y la economía. En el presente informe, se muestra que, al igual que el arte, la gastronomía del Perú es un excelente laboratorio para aprender sobre creatividad a través del estudio de sus innovadores “a la Galenson”.

Steve Jobs fue un gran planificador conceptual en el mundo de los emprendedores. Sobre el desarrollo de productos, sostenía lo siguiente: “La gente no sabe lo que quiere hasta que se lo enseñas. Por eso nunca me he basado en las investigaciones de mercado” (Isaacson, 2011). En contraste, Muhammad Yunus (Premio Nobel de la Paz 2006), el “banquero de los pobres”, explica lo siguiente: “Los pobres me enseñaron una economía enteramente nueva. Aprendí sobre los problemas que enfrentan desde su propia perspectiva. He intentado un gran número de cosas. Algunas funcionaron, otras no” (Yunus, 2003).

Aunque los cambios radicales y rupturistas tanto en el arte como en los negocios son usualmente producto de las innovaciones conceptuales, no siempre lo son. Como se mostrará en la próxima sección, armado con su enfoque experimental y tras años de prueba y error, Acurio desarrolló una gastronomía completamente nueva en el Perú. Realmente produjo un movimiento disruptivo en el sector gastronómico, al igual que el gran innovador experimental Nicolás Catena en la industria del vino de calidad de la Argentina (Elías et al., 2020).

Para un innovador experimental, como Gastón Acurio o “Micha” Tsumura, no existe tal cosa como un proyecto terminado. Sus habilidades y, por lo tanto, su trabajo mejoran con el tiempo; un trabajo lleva a otro. Es por esto por lo que sus carreras se encuentran dominadas por el trabajo sobre un mismo tema o problema, y por la persecución de un único objetivo.

En contraste, para un innovador conceptual, la acumulación de experiencia puede resultar un problema. La experiencia y los hábitos deterioran su capacidad para romper las reglas existentes. El abordaje de nuevos problemas le permiten descubrir los beneficios de desviaciones extremas. Como le decía Steve Jobs a su biógrafo: “Siempre hay que seguir esforzándose para innovar. Dylan podría haber cantado canciones de protestas para siempre y probablemente habría ganado un montón de dinero, pero no lo hizo. Tenía que seguir adelante...” (Isaacson, 2011).

La Tabla 1 resume los objetivos, métodos y la naturaleza de los resultados de cada tipo de innovador, y brinda algunos ejemplos.

TABLA 1. LA TIPOLOGÍA DE INNOVACIÓN DE GALENSON APLICADA A LA CREACIÓN ARTÍSTICA

INNOVADORES	OBJETIVOS	MÉTODOS	RESULTADOS	EJEMPLOS
Experimental	Impreciso y evolutivo. El objetivo es un tema o problema.	Tentativo e incremental. Prueba y error.	El desarrollo lento de habilidades lleva a un cuerpo de trabajo.	· Paul Cézanne · Jackson Pollock · Gastón Acurio · Nicolás Catena
Conceptual	Específico y repentino (discontinuo). El objetivo es preciso.	Metas establecidas de antemano. Planes preparatorios detallados.	Un trabajo final específico desarrollado sistemáticamente.	· Pablo Picasso · Frida Kahlo · Virgilio Martínez · Steve Jobs

Fuente: elaboración propia con base en Elías y Ferro (2018).

04

—

La revolución gastronómica del Perú



La revolución de la gastronomía peruana se produjo a partir de una sucesión de innovaciones experimentales y conceptuales motivadas por la búsqueda de **diferenciación**. En la primera etapa, se produjo una diferenciación a nivel agregado en el que se revalorizó y distinguió la gastronomía peruana. La conexión entre la identidad cultural peruana y la gastronomía que visualizó y puso en práctica Gastón Acurio produjo un nuevo recurso de uso común: **la marca Perú**, que desarrollan y sostienen los propios implicados, **los chefs**. A través de asociaciones y del desarrollo de una comunidad de chefs y otros actores del sector, se generan incentivos para compartir conocimiento y desarrollar a nivel local e internacional la gastronomía peruana. Dentro de esta nueva categoría de cocina, también se diferencian los chefs que redescubren y modernizan las **cocinas regionales** y la utilización de **insumos autóctonos**. Esto hace crecer y refuerza, en consecuencia, este nuevo recurso de uso común.

Se dice que el éxito tiene muchos padres, pero, en el caso de la revolución gastronómica peruana, existe consenso en que hay un padre principal: **el chef y emprendedor Gastón Acurio**. Aunque algunos de los restaurantes más influyentes de la reimaginación de la comida peruana fueron fundados antes de la carrera de Acurio (por ejemplo, la socióloga y cocinera Isabel Álvarez Novoa abrió el ilustre El Señorío de Sulco en 1986 para recuperar, revalorizar, preservar e innovar las expresiones culinarias del Perú) y las bases de la gastronomía peruana moderna existen hace siglos, los chefs peruanos se muestran contundentes al momento de nombrarlo el inspirador del movimiento moderno, tanto por crear nuevas ideas gastronómicas como por propagarlas en el exterior. En esto, casi todos están de acuerdo (menos Acurio mismo).

Para dar una fecha, se puede decir que la revolución se empezó a gestar en 1996. Al volver al Perú luego de sus estudios y prácticas en Europa, en 1994, Acurio montó con su mujer, la chef alemana Astrid Gutsche, el restaurante limeño Astrid y Gastón. Rápidamente, el restaurante de comida tradicional francesa se transformó en un éxito y en el mejor restaurante francés en Lima con una clientela estable. Pero, a pesar del éxito, Acurio tenía inquietudes

y, en 1996, empezó a experimentar con productos peruanos y a aplicar a la cocina local las técnicas que había aprendido en Europa. Recuerda Acurio:

*«En vez de buscar frambuesas que venían de otro país, ya buscamos las frutas locales para acompañar al pato. Y en vez de buscar los hongos que venían deshidratados, o los arroces, ya empezamos a usar un poco de los ingredientes de nuestra tierra. Y ya algunos platos peruanos tradicionales los empezamos a “agregar” a la cocina francesa, desde la cual mirábamos desde arriba abajo todo».**

Ese mismo año, el chef **Héctor Solís** abrió la sucursal limeña del restaurante de su familia, Fiesta, donde aplicaba el concepto gourmet a la cocina peruana regional de su nativo Chiclayo. A pesar de que el distrito lujoso limeño de Miraflores parecía que no era un buen lugar para un restaurante de comida regional, el restaurante fue un éxito y rompió con la creencia de que la comida regional no se podía incluir en la carta de los principales restaurantes gourmet.

(*) Cita tomada de las entrevistas realizadas para este trabajo. Los epígrafes que no llevan referencia (autor, año) pertenecen a las entrevistas inéditas realizadas para este informe.

Esta primera etapa de la introducción de la comida peruana en las cartas gourmet del país —más precisamente, en barrios limeños de alto poder adquisitivo— fue vital pero difícil. La comprobación de que había una demanda creciente por la incipiente alta cocina peruana animó a otros chefs a embarcarse en emprendimientos similares. El éxito que tuvieron estos pioneros les permitió hacerse de capital para tomar el riesgo de probar suerte en el exterior. Según Acurio:

«En 1999, empezaba a aclararse la necesidad de que la cocina peruana fuera reconocida por su excelencia. Al comienzo, desde la mirada de cocineros que usan productos locales o se inspiran en recetas peruanas para hacer algo nuevo, pero de alguna manera peruano. Yo recuerdo que en el año 2000 hicimos un cambio profundo, incorporando cada vez más ingredientes e influencias, y eso empezó a ocasionarnos una pérdida de clientes que tienden a mirar con desdén nuestra identidad y mirar con admiración las culturas foráneas. Pero igual lo hicimos».

En eso, Acurio enfatiza que no era el único, ni en Perú ni en el mundo:

«Era un cuestionamiento que también empezaba a alimentarse en otros países. No era yo solo, pero ocurría con cocineros en Nueva York que se preguntaban por qué no usaban productos y recetas locales, por qué no replicar lo que hacen los franceses, pero con su cultura, los principios de la excelencia, de la puesta en valor, de la innovación, del amor al terruño».

A partir de ese momento, la revolución gastronómica peruana evolucionó rápidamente. Acurio cuenta que, en 2002, él y Astrid tenían sus ideas muy claras, pero no sabían cómo ejecutarlas, por lo que decidió recorrer todo Perú. Se tomó un año sabático y recorrió el país pueblo por pueblo con un amigo fotógrafo. En su recorrido por el Perú, el rompecabezas terminó de armarse completamente. Acurio percibió el olvido del pequeño agricultor del campo y la pérdida económica de los productos de su tierra porque no tenían reconocimiento internacional. Vio cómo las plantaciones de quinua se quedaban





sin compradores y se pudrían en la planta. El cacao escondido. Las recetas fantásticas regionales que revelaban esta diversidad peruana única, mágica, quedaban ocultas. Se preguntó qué ocurriría si la cocina y los productos alrededor de ella tuviesen un reconocimiento que en ese momento no tenían. Para él, estos agricultores eran pioneros que vivían de sus terruños, subvalorados e incomprensidos por los cocineros como Acurio, que habían estudiado afuera y los miraban con una cierta indiferencia cuando, en realidad, ellos eran los que tenían claro el camino.

Al volver del viaje, Acurio publicó su primer libro, *Perú. Una aventura culinaria*, y lanzó su programa de televisión, *Aventura culinaria*, ambos basados en sus experiencias. Esas exposiciones mostraban el trabajo de los pequeños agricultores y cocineros. Después del viaje, empezó a abrir sucursales de Astrid y Gastón en Venezuela, Colombia, Ecuador y otros lugares. También fue cofundador de la Sociedad Peruana de Gastronomía (APEGA), que lanzó **Mistura**, una feria gastronómica peruana que, en su primera edición en 2009, tuvo un gran éxito con el público peruano —de todas las clases sociales—, que quería conocer su propia comida. Por eso,

antes de la inauguración, ya había una cola de tres mil personas. “De alguna manera, por un momento todos fuimos un solo país”, dice Acurio.

El ingeniero **Miguel Ordinola**, coordinador de Proyectos para Latinoamérica y el Caribe del Centro Internacional de la Papa (CIP) del Perú, considera que el evento marcó un punto de inflexión. Al sector de las papas, particularmente las variedades nativas, la gastronomía le dio una gran visibilidad al consumidor en Mistura. Fue masivo: 250.000 personas que visitan una feria sin precedentes alrededor de la gastronomía en Lima. “Le da una imagen de funcionamiento hacia los otros actores de la cadena”, afirma. Según Ordinola, la afluencia a la primera Mistura se dio por varios factores: la revalorización académica de la gastronomía, la participación de chefs muy reconocidos y el uso de insumos novedosos. Al respecto, refiere: “Todo eso le dio una especie de visibilidad a toda esa latencia que había anteriormente”.

Estos pasos lograron varios cambios fundamentales dentro y fuera del Perú, cambios que llegaron en el momento justo. Antes del trabajo de Acurio, Álvarez Novoa, Solís y otros pioneros de la revolución

gastronómica peruana, el Perú estaba inmerso en una guerra contra el terrorismo de Sendero Luminoso y una etapa económica difícil. Sin embargo, con Sendero Luminoso vencido y la economía estabilizada, los pioneros se encontraron con un país nuevo, en paz, más rico, más conectado (por el internet) y más abierto a su mensaje de reivindicación de la cocina y cultura peruanas.

Como otros chefs que habían hecho experiencias vitales en el exterior, al volver al Perú después de años en España, el chef **Israel Laura** puso en práctica lo que había aprendido en Europa sobre el valor de los productos —cómo apreciar un producto independientemente de si es barato o caro— y la cultura gastronómica. “Lo que a mí me sirvió salir afuera es ver con otra perspectiva la cocina acá —afirma Israel Laura—. En el Perú, hay mucha historia culinaria, pero no hay cultura gastronómica”.

Combinando los cambios anteriores con el éxito cosechado por los chefs en el exterior —principalmente, por Acurio en los primeros años—, el público peruano se encontró más que dispuesto a abrazar

un nuevo mundo de comida peruana local, orgulloso, innovador y gourmet, usando una mezcla de técnicas y productos locales con las lecciones de los mejores institutos culinarios de los EE. UU. y de Europa.

El empresario **Carlos Zamorano** de la Asociación de Gremios de Productores Agrarios del Perú (AGAP), un gremio de productores exportadores, sostiene que los viajes de los jóvenes al exterior durante malas épocas en el Perú tuvieron una gran repercusión.

«Muchos terminaron, por las raíces que tenían, vinculados con temas gastronómicos y trabajando en Italia, trabajando en España, trabajando en Francia, trabajando en Nueva York, trabajando en grandes cocinas del mundo y luego regresaron al Perú cuando el Perú se abre de nuevo. Y empezaron a aplicar estas técnicas modernas de cocina que aprendieron».

Con eso, se lanzó una generación nueva de chefs estrellas, jóvenes que extendieron lo que habían hecho los primeros pioneros y crearon espacios realmente innovadores, siempre motivados por la búsqueda de diferenciación.



En 2003, uno de estos innovadores, el chef **Pedro Schiaffino**, pasó unos meses viajando por la Amazonía peruana, cerca de Iquitos, acopiando pescado, y terminó vendiendo al mercado limeño dos toneladas de paiche o pirarucu (un pez amazónico). En 2004, abrió su propio restaurante, Malabar, en el barrio limeño de San Isidro. Respecto de esto, refiere: “Apliqué todo este desorden en mi cabeza sobre los productos locales”.

Las primeras cartas de Malabar tenían muchos platos amazónicos con muchos ingredientes de esa región. Schiaffino refiere que esto era “sin conocer a profundidad la Amazonía y la complejidad de su gente, de su cultura y de sus tradiciones, y su gastronomía”. Fue el primer paso en una trayectoria que lo llevó a la decisión de meterse de lleno en la Amazonía, sus regiones y comunidades. Esto culminó con la apertura, en 2012, de ámaZ, un restaurante limeño dedicado a cocina amazónica. De allí provino su apodo “chef de la selva”.

Otro gran innovador, el chef **Virgilio Martínez**, lanzó el restaurante Central en 2008, después de muchos años en el exterior, para reivindicar tanto la comida como la geografía del Perú. Martínez tuvo la idea conceptual de combinar ingredientes en un mismo plato de la manera que se encuentran reunidos en el ecosistema. “Aquí en Central tenemos una propuesta que te acerca al territorio peruano, te habla de ecosistemas, te habla de altura del Perú y entonces te centra en diferentes espacios geográficos”, relata **Malena Martínez**, la hermana de Virgilio, quien está a cargo de la investigación del Mater Iniciativa, el grupo interdisciplinario de investigación vinculado a Central.

“Esa nueva generación empezó a trabajar junta, inventando, descubriendo y compartiendo técnicas”, señala **Mónica Huerta**, una reconocida chef arequipeña que trabaja, mantiene y difunde técnicas de cocina ancestrales en su picantería La Nueva Palomino en Arequipa. Huerta considera que la unión y la formación de una comunidad de chefs ha permitido que el mundo los conozca a través de su propia comida, de sus técnicas y de los insumos que utilizan. Al abrirse el Perú al mundo, las personas se dieron cuenta de que no solamente había una excelente gastronomía limeña, sino que también había una cocina tradicional en las regiones que era muy valiosa, una cocina con técnicas ancestrales.

“Fue esa unión lo más importante para la revolución de la gastronomía peruana”, dice el chef **Mitsuharu**

“Micha” Tsumura, quien abrió Maido en 2009 (el mejor restaurante de Latinoamérica por tres años consecutivos), donde su principal innovación fue introducir y profundizar la identidad de la comida peruana en la cocina nipona y revalorizar la cocina nikkei (la comida de los inmigrantes japoneses en el Perú). Refiere Tsumura:

«El éxito que tenga un cocinero es el éxito de todos, porque nosotros no estamos pensando solo en Perú, estamos pensando en el mundo. Si a la cocina peruana le va bien, si el mundo pide cocina peruana, lo que van a faltar son cocineros. Aparte de ser amigos, nos apoyamos mutuamente porque cada uno tiene su ciclo distinto. Compartir conocimiento no es copiar; al contrario, es importante compartir los conocimientos».

Con la propagación de la revolución, Acurio también continuó innovando. En 2005, abrió La Mar, un restaurante con comida menos elaborada, más cercano a los sabores genuinos de la cocina popular, en Lima y después en Buenos Aires, Bogotá, Miami, San Francisco, Santiago y São Paulo. Continuó con otras cadenas, cada una de ellas con una personalidad propia, que desarrolla y promueve una rama de la cocina peruana, Tanta, Panchita, Pasquale Hermanos, La Juguería Peruana, La Pepa y Chicha. Al respecto, Acurio refiere:

«Esos años crearon la percepción, errada a mi juicio, de que yo era el único que llevaba a mi espalda la bandera peruana, de poner un restaurante en la mejor calle de Bogotá, de Madrid. Pero la verdad era que ya estaba empezando a funcionar un movimiento colectivo de personas intentando hacer lo mismo en diferentes sentidos, pero con el mismo objetivo de poner en valor nuestra cultura, nuestra cocina, nuestros productos, sea exportándola o sea reivindicándola localmente».

En 2019, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) lo eligió para dictar la Cátedra Enrique V. Iglesias de Cultura y Desarrollo, en su sede en Washington, D. C. **Trinidad Zaldívar**, jefa de la Unidad de Creatividad y Cultura del BID, señaló en ese momento:

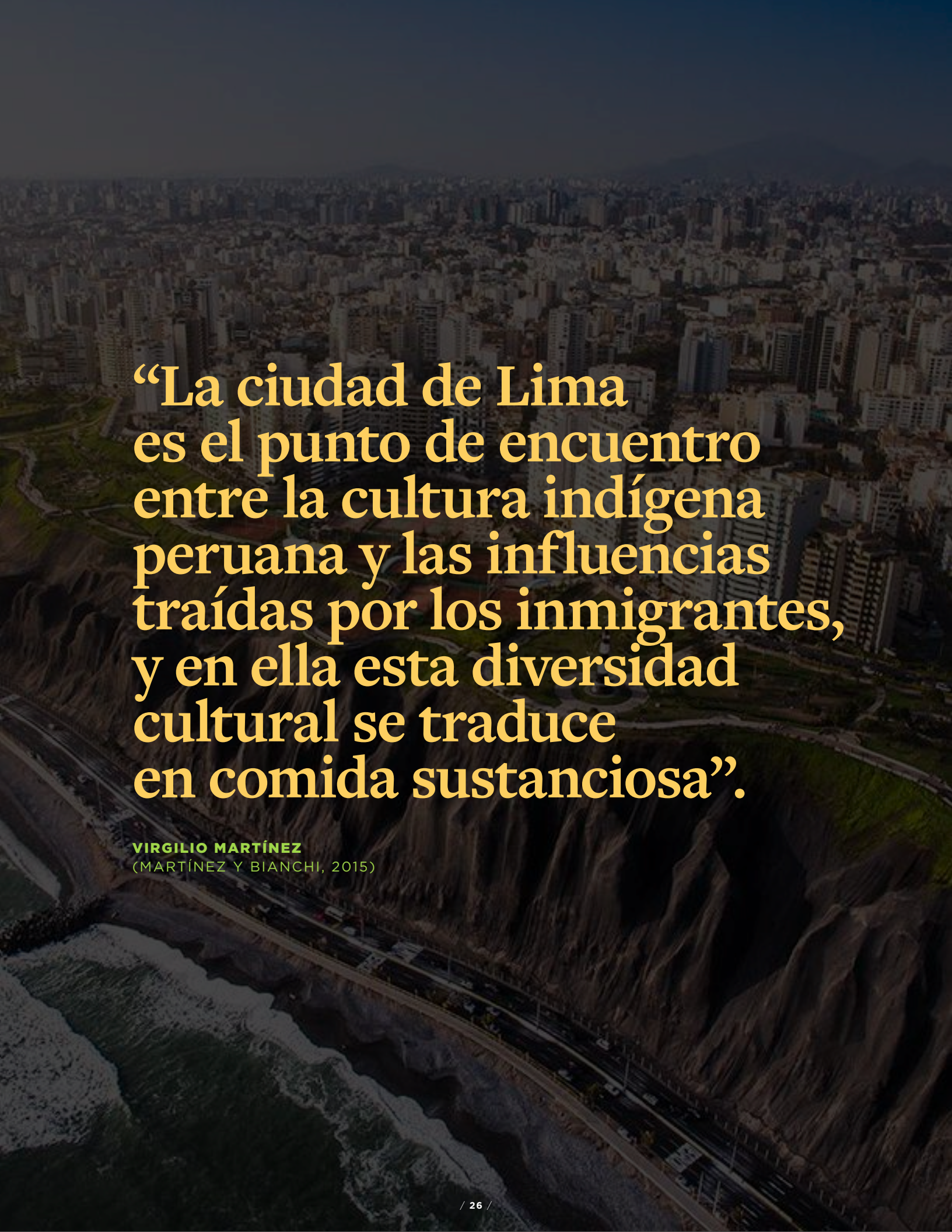
«Este fue un reconocimiento a Gastón por su labor impulsando el progreso de América Latina y el Caribe a través de la gastronomía. Y queremos que también sea una inspiración para los miles de emprendedores e innovadores de la región, que apuestan por el potencial de la Economía Naranja para contribuir al desarrollo económico y social de sus países (Ortega, 2019)».

05



El papel de la cultura



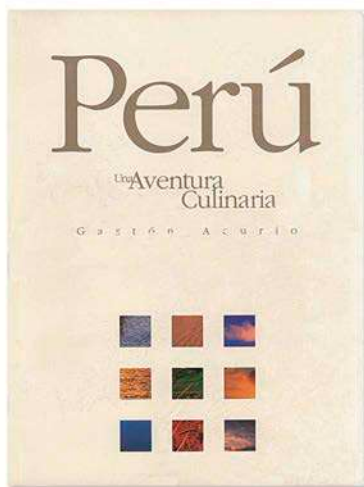


“La ciudad de Lima es el punto de encuentro entre la cultura indígena peruana y las influencias traídas por los inmigrantes, y en ella esta diversidad cultural se traduce en comida sustanciosa”.

VIRGILIO MARTÍNEZ
(MARTÍNEZ Y BIANCHI, 2015)

Una de las claves del desarrollo de la gastronomía del Perú fue su **diferenciación a nivel internacional** a través de su cultura milenaria y de la gran diversidad de la población a lo largo y a lo ancho de su territorio. Gastón Acurio sostiene que la cultura peruana —tanto en su mestizaje como en sus expresiones “puras”— tuvo un papel central en la revolución gastronómica del país. Al mismo tiempo, señala que esa revolución expresa la cultura y la pone en valor, tanto en el exterior como en el Perú. En el año mismo de su inauguración (2001), el restaurante Astrid y Gastón de Santiago de Chile fue nombrado el mejor restaurante de Chile, sobreponiéndose a la rivalidad histórica entre Chile y Perú. Acurio sostiene que ese hecho mostró que el restaurante no era un negocio, sino un representante del Perú “poniendo una bandera peruana en el corazón de las personas más influyentes en otro lugar”.

La innovación experimental de Acurio se encuentra plasmada en su libro *Perú. Una aventura culinaria*, publicado en 2002. En la portada del libro, a primera vista, solo se distingue la palabra Perú (la marca Perú) que aparece en letras grandes. Luego, en letra más pequeña, el subtítulo del libro hace alusión al arte culinario (no a la gastronomía). El **arte culinario** implica preparar los alimentos de manera creativa y está muy vinculado con la cultura, especialmente, respecto de los alimentos, de su preparación y de los rituales sociales que rodean la comida. El mensaje es que el Perú es su cocina; esta se encuentra en su esencia cultural. En letra más pequeña aún, casi desapercibido, aparece el nombre del autor.



Portada del libro de Gastón Acurio (2002)

Los principales referentes de la cocina destacan la importancia de la cultura en el desarrollo de su gastronomía. De acuerdo con **Isabel Álvarez Novoa**, la cultura no tiene, simplemente, una función en la cocina, sino que la cocina es cultura.

“Hay que entender que la misma cocina es cultura. Es producto de siglos. En mi restaurante hay iconografías prehispánicas. Hay elementos de las manifestaciones de la cultura y el arte en Perú que pueden estar puestos en valor en estos espacios. [...] Tenemos uno de los mares más ricos. Tenemos una biodiversidad extraordinaria. Las cocinas que han nacido en Perú son cocinas caseras, muy bien hechas [...]. Las picanterías⁷ son el espacio primigenio, el ADN de la cocina del Perú, y después viene lo regional, con todo el proceso del mestizaje”.

7. Las picanterías en Perú, también denominadas *chicherías*, son pequeños establecimientos de venta de comida gestionados principalmente por mujeres. Algunas de sus características comunes son la venta de chicha de jora, la cocina basada a leña, la molienda a mano y las variedades de ají. Tradicionalmente, se encuentran repartidas en diferentes regiones peruanas, como Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cuzco y Piura.

Las picanterías de Arequipa son un legado que se fue heredando de generación en generación de mujeres picanteras. **Mónica Huerta** destaca la importancia de su tradición y patrimonio, y que su cuidado se da también a través del desarrollo de los agricultores productores de insumos tradicionales, como el maíz negro germinado que se utiliza para hacer la chicha de guiñapo⁸. Huerta señala lo siguiente:

“Lo que queremos nosotros es poder transmitir la cultura a través de nuestra tradición, vincular los productos a nuestro pasado, para que los jóvenes entiendan la importancia de las técnicas y que las puedan valorar, que quieran saber más de eso y que puedan respetar y amar lo suyo”.

En paralelo al desarrollo de su restaurante Maido, el chef **Mitsuharu “Micha” Tsumura** refiere:

“Ya estaban Gastón [Acurio] con muchos cocineros trabajando en el tema de lo que era la identidad de la cocina peruana. Nosotros no conocíamos la cocina peruana, no la entendíamos. Viajar por el Perú, entender cómo se compone la cocina peruana, es algo que siempre estuvo, pero que nosotros los cocineros lo aprendimos a valorar hace no más de quince años. Dentro de esos estudios que se empezaron a hacer, aprendimos que la cocina peruana tenía muchas subcocinas, como la cocina ítao-peruana, la criolla, las regionales, la chifa, la nikkei. Perú acepta otras cocinas, no las rechaza; las integra dentro de sus recetarios. Si tú ves, cultura milenaria, biodiversidad, culturas diversas sumado al trabajo unido con universidades, medios de comunicación, historiadores, antropólogos, y con la población, creo que tienes una receta bastante buena para generar un impacto fuerte en el Perú y a nivel mundial con tu cocina”.

8. La chicha de guiñapo es la bebida por excelencia del pueblo arequipeño (la bandera de Arequipa es de color rojo carmesí). Es un preparado ancestral que tiene significados simbólicos, rituales, religiosos, medicinales y festivos. Esta chicha se obtiene de la fermentación del maíz negro germinado y molido (guiñapo) que, luego de varias horas de cocción, se deja enfriar y se hace reposar en grandes tinajas de barro (*La ancestral chicha de guiñapo: puro sabor arequipeño, 2018*).

En su libro *Lima* (2015), **Virgilio Martínez** señala lo siguiente:

“Por encima de toda esta abundancia de productos, la cocina peruana moderna es el resultado del intercambio cultural entre inmigrantes extranjeros y peruanos nativos, que ha dado como resultado nuevos sabores y nuevos platos, un proceso evolutivo que aún se sigue desarrollando en la actualidad”.

El chef **Pedro Schiaffino** busca resaltar los alimentos de la selva y la cocina amazónica. Respecto de esto refiere:

“La idea principal para mí era mostrar esa diversidad y el potencial de la cocina peruana a través de sus insumos y a través de su cultura, de sus tradiciones, de sus tradiciones gastronómicas, de ese conocimiento ancestral, de ese conocimiento tradicional. Creo que la base y el futuro de una cocina ejemplar es una cocina que tiene identidad, que tiene personalidad, que usa su producto, respeta las técnicas o utiliza las técnicas y, de alguna manera, respeta y valora la tradición”.

José del Castillo, chef y dueño del restaurante Iso-lina Taberna Peruana, refiere que, aunque la cocina peruana es una cocina ancestral con muchísima historia, por mucho tiempo fue subvalorada.

“Siempre pensamos que esas papas o que ese guiso no era tan bueno como la cocina francesa o italiana, o la cocina que venía de afuera. Creo que, cuando nos dimos cuenta de lo valioso e importante de este legado que todos recibimos de nuestros ancestros y de la rica historia de la cocina, es cuando se da el cambio. Sumado a tremendos actores que están detrás de la cocina y de los autores. Me refiero a ese trabajo ancestral del campesino, del productor, a ese trabajo duro y recio del pescador, de ese trabajo sacrificado. Cuando nos dimos cuenta de que había tanto por dar a conocer y tanto por qué sentirse feliz y orgulloso es cuando todo comienza a cambiar”.



La cocina es un hecho cultural, añade **Israel Laura**, que estudió en la Escuela de Hostelería Hofmann, situada en Barcelona, antes de volver al Perú.

“Yo defino la cocina peruana como el espejo del peruano promedio... Racialmente, somos una mezcla y la comida es un reflejo de lo que nosotros somos. El problema es que hemos aceptado la comida, pero todavía estamos en proceso de aceptarnos a nosotros mismos”.

Malena Martínez cuenta que, en algún momento, el Mater Iniciativa comenzó a explorar otras rutas de visibilización cultural más allá de la comida. Sobre esto, refiere lo siguiente: “Entonces, encontramos que el arte es una ruta preciosa, porque el arte y la artesanía se relaciona mucho también con la identidad”. Añade sobre el crecimiento sostenido de la gastronomía peruana: “En gran parte porque la gastronomía peruana se convirtió en una parte importante de la identidad peruana y porque nosotros nos enorgullecemos de nuestra cocina”. La diversidad de las culturas peruanas también ingresó en los menús que diseñaron en Central a través de Mater. Malena Martínez relata:

“Nosotros empezamos a ofrecer un menú de degustación que era consumir los ecosistemas del Perú. Consistía en un viaje a través del territorio peruano en el que viajabas a través de las diferentes alturas, y cada plato era una altura y un ecosistema distinto. Pero además también socialmente distinto. Porque te estábamos mostrando que existían culturas diferentes que hacían preparaciones diferentes y que inspiraban nuestros platos de cocina”.

EL CEVICHE. Un ejemplo del impacto sobre la gastronomía de la cultura y de la diversidad poblacional a lo largo de su territorio —en la que se conjugan pescadores, agricultores y cocineros— es la gran variedad de ceviches que ofrece la cocina marina peruana. El ceviche es uno de los platos más emblemáticos de la cocina peruana. Los productos base para su elaboración son generalmente los mismos: pescado (o algún otro insumo marino), cebolla, limón y ají, y, para prepararlo de forma perfecta, “hay dos reglas fundamentales: utilizar ingredientes frescos y prepararlo unos minutos antes de servirlo” (Martínez, 2015). Sin embargo, existe una gran diversidad de ceviches entre las diferentes regiones costeras del Perú y, dentro de las mismas regiones, entre las diferentes playas y caletas de pescadores. “En la costa peruana, cada pueblo tiene su cevichería y cada cevichería tiene su ceviche” (Acurio, 2002).

En su libro *Cebiche Power* (2015), Acurio documenta los distintos matices a través del recorrido por la ruta del ceviche por Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Áncash, la costa limeña, Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna. Esta gran diversidad ha motivado a distintos cocineros a crear nuevos tipos de ceviches. En *Cebiche Power* (2015), el lector encuentra cuarenta y cuatro recetas distintas de ceviche elaboradas por destacados cocineros y maestros cevicheros, incluyendo a Virgilio Martínez, con su Ceviche de Roca en Bolsa; a Iván Matsufuji, con un Ceviche de Percebes; a Israel Laura, con su Ceviche del Barrio, y al gran maestro cevichero Javier Wong, con su Ceviche de Lenguado.

06



Innovadores



Con el objetivo de entender el **proceso de innovación** y aprender sobre las principales innovaciones que se produjeron en el sector, entre junio y diciembre de 2020 se realizaron entrevistas a chefs, *sommelier* y otros actores de la gastronomía y de instituciones relacionadas con el sector.

A continuación, se desarrollará un análisis sistemático de algunos de los **principales innovadores** que revolucionaron la gastronomía peruana utilizando el enfoque económico a la creatividad desarrollado en la sección 3. Guiados por este marco de análisis, para cada innovador, se analizaron sus inicios, su proceso de inversión en capital humano, el tipo de innovador que es, su innovación y cuáles son sus influencias. Finalmente, cada uno explicó qué tres productos llevarían si tuviera que pasar un año en una isla desierta.

GASTÓN ACURIO · *Astrid y Gastón*

ISABEL ÁLVAREZ NOVOA · *El Señorío de Sulco*

MITSU HARU “MICHA” TSUMURA · *Maido*

PEDRO SCHIAFFINO · *Malabar y ámaZ*

BERNARDO ROCA REY · *Cocina novoandina*

MÓNICA HUERTA · *La Nueva Palomino*

TOMÁS “TOSHI” MATSUFUJI · *Al Toke Pez*

JOSÉ DEL CASTILLO · *Isolina Taberna Peruana*

ISRAEL LAURA · *Kañete*

FLAVIO SOLÓRZANO · *El Señorío de Sulco*

HÉCTOR SOLÍS · *Fiesta Miraflores Lima Gourmet*

JOSEPH RUIZ · *Sommelier en Central*

MALENA MARTÍNEZ · *directora de Mater Iniciativa*

Gastón. Acurio

— ASTRID Y GASTÓN —



“Para este chef, no existen aventuras ni propuestas quiméricas, su terquedad, bríos y vigor, delatan un buen hijo de Escorpio y de los buenos presagios”.

“CUCHO” LA ROSA CABIZZA (ACURIO, 2002)

Gastón Acurio es el pionero del desarrollo de la gastronomía del Perú. Su enfoque experimental y su concepción de la cocina como una tarea de investigación lo llevaron a descubrir una nueva manera de elaborar y promocionar la cocina del Perú.

La influencia de Acurio en la cocina del Perú y en América Latina —en donde tradicionalmente se ha mirado a Europa como modelo de la alta cocina— ha sido muy grande. Más que nadie, él renovó la cocina peruana y abrió así el camino a una generación notable de chefs peruanos. Otros chefs innovadores del Perú, como Virgilio Martínez, Micha, Pedro Schiaffino, Toshi y Héctor Solís, han reconocido una deuda con él y lo consideran el edificador y líder de su comunidad.

INICIOS

Nacido en una familia de la alta burguesía limeña —su padre fue ministro de Fomento y Obras Públicas, y senador nacional—, Gastón Acurio desarrolló una pasión por la cocina a edad muy temprana, tanto por la comida como por su papel de refugio. Respecto de sus orígenes, Acurio refiere:

«Yo soy el hijo menor, el único hombre en la casa. Cuando tenía siete u ocho años, ya la menor de mis cuatro hermanas mayores tenía doce y la mayor tenía dieciséis; tenían un mundo adolescente que a mí me molestaba mucho. Entonces, me refugiaba en la cocina, el único espacio que me quedaba en la casa para esconderme de los novios de mis hermanas, de sus amigas.

Yo era siempre el niño que estaba ahí, observando, leyendo los libros de cocina de mi abuela. Hasta que llegó un momento en donde me empecé a preparar yo mis platos con ocho o nueve años. Cogía mi bicicleta y me iba a comprar mis ingredientes y me hacía mi comida,

que seguramente era horrible porque nadie la quería comer. Fue el primer germen. Ya en la adolescencia, cuando hacíamos deportes o hacíamos una fiesta y regresábamos tarde a alguna casa, me quedaba claro que el que tenía que cocinar entre los amigos era yo».

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: EDUCACIÓN FORMAL

Acurio empezó a estudiar abogacía en la Pontificia Universidad Católica del Perú y luego continuó en la escuela de leyes de la Universidad Complutense de Madrid, en 1987. Pero, después de cursar dos años en Madrid, dejó la universidad y se matriculó en la Escuela de Hostelería de Madrid, donde pasó dos años antes de irse a estudiar en el Cordón Bleu en París. Más allá de esa decisión de estudiar cocina y de hacerlo en el exterior, señala que la mejor inversión que hizo en su vida fue gastar una pequeña cantidad de dinero que había heredado de su abuela en todos los restaurantes en España a los cuales ningún joven de su edad normalmente podía acceder.

«El primer día de clases del tercer año [en la Universidad Complutense de Madrid], me senté y ese mismo día me paré y me fui. Me quedó claro que tenía que mudarme de la facultad a algún lugar a estudiar cocina, pero como no sabía cómo enfrentarlo, simplemente no le dije nada a mi familia. Abandoné la carrera de derecho, me matriculé en Cocina, en Hostelería, y estuve un par de años a escondidas.

Les confesé luego y, en ese momento, mi padre, en un gesto muy generoso, me preguntó: “Y, ahora, ¿dónde quieres ir?”, como tirando la toalla. En ese momento, el sueño de todo cocinero en cualquier lugar del mundo era ir a Francia, el país que había influenciado durante

dos siglos la alta cocina en el mundo. Me apoyó para poder irme a Francia y así inicié un camino más bien al revés. Para demostrar todo el tiempo que no me había equivocado, saqué las mejores notas, saqué primer puesto en París, trabajaba también en la noche, ayudaba a los profesores de la escuela en la mañana. La familia que tenía el Cordón Bleu, cuando regresé al Perú, me dio la representación de su escuela para que yo la armara en el Perú, cosa que ocurrió, pero no conmigo porque mi sueño era tener mi restaurante. Conocí a mi esposa en el Cordón Bleu y la convencí a irse al Perú en el año 93. Regresamos y ahí empezó todo».

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: ENTRENAMIENTO EN EL TRABAJO

Trabajó en París mientras estudiaba en el Cordón Bleu, aunque nunca consiguió ser aceptado como practicante por uno de sus ídolos (el chef francés Alain Ducasse, el cocinero que más estrellas Michelin tiene del mundo). Después de volver al Perú, sin darse cuenta, inició una nueva forma de entrenamiento en el trabajo al fundar su primer restaurante, Astrid y Gastón, con su esposa, Astrid Gutsche. Ahí empezó con un concepto bastante tradicional: la cocina francesa, que significaba alta cocina para las clases altas limeñas. Pero ese entrenamiento con un concepto tradicional cambió sus ideas.

«Cuando regresamos, teníamos el sueño de abrir un restaurante. Había un detalle: no teníamos un centavo. Como teníamos muy buena formación, conseguimos trabajar muy rápido. Eso nos permitió tener tiempo para conocer los lugares apropiados de la ciudad. Estamos hablando del año 93. Sendero Luminoso estaba todavía muy presente. La crisis económica recién empezaba a encontrar una estabilidad. Era una situación muy difícil para un par de jovencitos locos que habían llegado de Europa para poner su restaurante en Perú, además, para una pequeña élite. No nos quedó otra alternativa que pasar el sombrero. Logramos juntar USD 40 000. Eso fue nuestro préstamo. Todos convencidos de que nunca les íbamos a pagar. En los hechos, les pagamos en tres meses a todos. Nos fue bien al comienzo. A la semana ya estaba lleno el restaurante. Una cocina francesa en un restaurante muy precario. Las refrigeradoras compradas en casas usadas, las mesas de trabajo de cemento porque no teníamos para mesas de acero inoxidable. A la semana empezamos a tener éxito a nivel de público. Eso duró, sin ningún cuestionamiento, dos años, de 1994 a 1996».

RESTAURANTES E INNOVACIÓN

En 1996, Acurio tuvo algunas inquietudes: aunque tenía a una clientela fija, le parecía que algo no funcionaba. Empezó a experimentar con productos peruanos y a aplicar a la cocina local las técnicas que había aprendido en Europa, a pesar de saber que iba a perder muchos de sus clientes estables. En la introducción a su libro Perú. Una aventura culinaria (2002), Acurio relata:

«Nuestra carta andaba llena de palabras francesas que solo entendía el embajador y nuestras porciones eran chicas porque así lo decía la Michelin con Bocuse como defensor... Afortunadamente, aquel estado inerte no duró mucho y poco a poco fuimos descubriendo esa verdad contundente que hoy ilumina y da sentido a nuestra labor».

Sobre la innovación introducida por Gastón Acurio en sus primeros restaurantes, Vargas Llosa señala:

«En estos restaurantes la tradicional comida peruana es el punto de partida, pero no de llegada: ha sido depurada y enriquecida con toques personales que la utilizan y adaptan a las exigencias de la vida moderna, a las circunstancias y oportunidades de la actualidad, sin traicionar sus orígenes, pero, también, sin renunciar por ello a la invención y a la renovación (2009)».

QUIÉNES INFLUYERON EN ÉL

Acurio tuvo muchas influencias: desde Juana, la cocinera de su familia en su juventud, hasta Alain Ducasse. Pero la persona que más hizo posible su carrera como chef fue el cocinero español Juan Mari Arzak. Dueño de un restaurante con tres estrellas Michelin en San Sebastián, en el País Vasco español (Restaurante Arzak), fue el fundador de la nueva cocina vasca. Esta cocina se convirtió después en la alta cocina española, y terminó, de alguna manera, liderando la alta cocina mundial después de dos siglos de liderazgo de Francia. A partir de los años noventa, los grandes cocineros más innovadores y creativos empezaron aparecer en España y a influenciar al resto del mundo.

«Cuando todavía era estudiante de derecho, yo recuerdo haber visto en la carátula de una revista del domingo del diario El País, por primera vez, un cocinero vestido de blanco. Era Juan Mari Arzak. Para mí fue determinante. Fue revelador. Resolvía todos mis dilemas. No era cierto de que no ibas a tener nunca

reconocimiento como cocinero. ¿Qué hace ese señor aquí, en esta página, siendo cocinero y hablando de muchas cosas? Entonces recuerdo que el fin de semana siguiente cogí un bus y me fui a San Sebastián solo, con dieciocho años, y me senté en una mesa en su restaurante de tres estrellas Michelin un sábado a comer. Entonces estaba ahí sentado solo y aparece este señor vestido de blanco conversando con cada cliente en cada mesa preguntándole: “¿Qué tal le ha ido con la comida?”. Claramente, ese momento fue definitivo para decir: “Esta es la vida que yo quiero para mí, eso es lo que yo he soñado ser hace mucho tiempo y no lo tenía muy claro; ahora lo tengo claro”. En ese momento, en mi etapa de estudiante, ellos dos [Arzak y Ducasse] eran mis referentes. Sin darme cuenta de que, en el caso de Arzak, lo que me estaba atrayendo era esa capacidad que tuvo para aglutinar un movimiento y llevarlo a la cima, y en el caso de Alain Ducasse, esa capacidad para replicar su trabajo desde la excelencia en niveles máximos».

TIPO DE INNOVADOR: EXPERIMENTAL

Aunque sea el creador del concepto de la nueva cocina peruana, su historia revela a Gastón Acurio como un innovador altamente experimental, que, en vez de dar un gran salto muy joven, empezó con lo seguro, la cocina francesa, y después fue tomando riesgos innovadores paso a paso, a prueba y a error. Refiere que esos pasos eran “viscerales [...] [como] los errores que te lleva a cometer la inspiración, y la sensación de que te las juegas a todo o nada”. Estos lo hicieron lo que es, aunque, en la actualidad, Acurio dice que tiene una mirada un poco “menos visceral”.

«Es cierto que, si no hubiésemos sido viscerales y espontáneos al comienzo, probablemente no hubiésemos hecho la mayoría de las cosas que hicimos, ¿no? Desde el hecho de dejar el Derecho para estudiar Cocina; o abrir un restaurante en medio de Sendero Luminoso; o de dejar de usar los productos franceses para usar productos peruanos, sabiendo que tus clientes se iban a ir; o de hacer un programa de televisión en donde no salían tus negocios, sino los del resto, cuando todo el mundo te decía que, con eso, estabas ayudando a la competencia. O tomar un alquiler de USD 80 000 en los piers de San Francisco porque el local estaba frente al mar, en una ciudad que no conocía la comida peruana, y armar un restaurante con doscientas cincuenta

sillas y el día que abres es el Black Monday del 2008, el día que quebró la economía norteamericana. Habiendo sobrevivido al Black Monday en San Francisco, nos sentimos invencibles, nos fuimos a Nueva York al año siguiente y cerramos en cuatro meses. Tantos errores que cometimos por exceso de confianza. Pero también los errores son valiosísimos porque te van dando lecciones importantísimas. Aprendimos que, antes de emprender un nuevo proyecto, tenemos que estudiar si es el momento adecuado, si es el concepto adecuado, si es el lugar adecuado, si las condiciones son las idóneas para ese momento... Me imagino que es normal que, con el tiempo, te vuelvas más planificador, más cauteloso».

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA

Acurio responde esta pregunta así:

«Bueno, papas y ají. Es que todos los platos del Perú tienen papá y ají. Prácticamente todos. Y como es una isla, limón, ¿no? Porque vas a comer pescado. Si le pongo limón, ya tengo mi ceviche».



Isabel Álvarez Novoa

EL SEÑORÍO DE SULCO

“Perú es un crisol de culturas y uno puede verlo en la comida”.

ÁLVAREZ NOVOA

Socióloga y cocinera, Isabel Álvarez Novoa se encuentra en el grupo de los pioneros de la cocina peruana que trabajaron para preservar su identidad.

Es una de las grandes difusoras de la cocina tradicional peruana. Álvarez, junto a su madre Julia Novoa, fueron las fundadoras del restaurante El Señorío de Sulco en 1986. Es gestora de los Congresos de Cocinas de los Países Andinos y responsable del equipo de investigación que logró en Perú la declaración de las picanterías y chicherías como patrimonio cultural. Tiene el convencimiento de que, en los últimos años, ninguna expresión cultural en el Perú une más genuinamente a los peruanos de todos los sectores sociales y de todas sus generaciones como la cocina.

Actualmente, la cocina del Señorío de Sulco está a cargo de su hijo, el chef Flavio Solórzano.

INICIOS

Isabel Álvarez es la hija de Julia Novoa, una mujer separada que, a los veinte años, tuvo que cuidar sola a sus tres hijos. “Mi madre era una magnífica cocinera para nosotros”, dice Álvarez, pero no profesional. Al hacerse socióloga, Álvarez descubrió, con sorpresa, el desdén con el cual su profesión miraba la cocina.

«Es porque ingresé en la cocina, una protesta constructiva. Las universidades en general no cogen el tema de la cocina. Un ejemplo: la asociación latinoamericana de sociólogos tiene como setenta años, y nunca había incorporado, sino hasta hace poco, en sus mesas de trabajo, una de cocina, de alimentación».

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: EDUCACIÓN FORMAL

En la década del ochenta, mientras trabajaba en un proyecto académico como comunicadora, recorrió el Perú. “Ahí bebí, entendí, sentí, sufrí, me

alegré y proyecté lo que puede ser mi país”, refiere. En ese entonces, cuando Isabel Álvarez empezó a estudiar la comida peruana, la región montañosa andina de Sulco se encontraba aislada del resto del país y se conocía muy poco de sus productos e historia culinaria. Respecto de esto, Álvarez señala: “Recorrí Perú y ahí entendí más aún el valor histórico de la biodiversidad, el vínculo del campesino con la tierra y el potencial que tenía Perú, que estaba invisibilizado en las ciudades”.

Para profundizar y entender la mirada hacia dentro que se produjo en la cocina del Perú, Álvarez ha liderado un ambicioso proyecto de investigación multidisciplinario titulado *Reconociendo y revalorando las cocinas regionales del Perú*. El proyecto generó trabajos de investigación sobre la cocina de seis regiones del Perú (Apurímac, Ayacucho, Cajamarca, Huánuco, Junín y Lima) y fue publicado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres. El proceso de investigación continúa y actualmente está trabajando sobre cuatro regiones más (Arequipa, Cuzco, Tacna e Ica).

«En el año 2003, en la Universidad San Martín de Porres, generamos un movimiento que llevamos a toda América. Marca un hito en América. ¿Por qué? Porque juntamos a investigadores de ciencias sociales con investigadores de ciencias naturales. Miramos la cocina desde los dos lados fundamentales... El gran mal de la cultura es la mirada unidimensional».

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: ENTRENAMIENTO EN EL TRABAJO

No tiene entrenamiento formal en cocina, pero dice que tiene la “gerencia” de su madre, una “gran cocinera de cosas caseras muy bien hechas”.

Refiere sobre su infancia: “No tuve padre y mi madre se sacrificó por sus tres hijos. En mis cumpleaños, todo el mundo quería venir porque sabían que mi madre cocinaba”. Cuando estalló una crisis institucional

en el país al final de la década del ochenta, Álvarez consideró abrir un restaurante. Refiere lo siguiente respecto de su intención: "... que traduzca la esencia de lo que estoy mirando en el Perú [y para servir] lo mismo que hacemos todos los días, pero muy bien hecho". Junto con su madre, Álvarez abrió El Señorío de Sulco en 1986, en el tradicional cercado de Surco, perteneciente al distrito del mismo nombre. El desarrollo de este emprendimiento fue una continuidad natural en su línea de investigación y anterior al reconocimiento internacional de la cocina peruana. A los tres meses, el diario peruano El Comercio sacó casi una página entera sobre el restaurante, titulado: "Ha surgido un nuevo templo de la comida peruana".

«¿Por qué? Por la convicción. Esa comida que le ven como muy sencillita y casera yo le veo de otro nivel porque eso es. Esa herencia que hemos tenido de todo lo que fue prehispano que miramos por debajo. Eso jamás estuvo en mí. Yo soy muy orgullosa de ser peruana de origen andino. Eso es lo que hicimos».

En 1992, El Señorío de Sulco se mudó al distrito de Miraflores, donde se ubica actualmente.

RESTAURANTES E INNOVACIÓN

La filosofía que marcaba y sigue marcando la línea de El Señorío de Sulco es recuperar, revalorar, preservar, e innovar las expresiones culinarias del Perú, respetando la esencia de sus sabores. O sea, como lo expresa Álvarez, hay que innovar, pero con memoria.

«Cuando oigo la palabra nueva, yo tengo mis reticencias. Porque el signo de lo moderno es perverso. De la novedad se ha hecho un valor. Y eso no es verdad. Zygmunt Bauman, el gran sociólogo, dice que se ha hecho de la novedad un valor y eso nos obliga a que, si no es nuevo, no tiene valor [...].

Ante lo nuevo, tengo mis reparos porque sucede que, cuando se habla de la cocina nueva, parece que la gran cocina recién surgió ahora. Pero nosotros somos herederos de una tradición, somos continuadores. Ojo, no quiero decir que estamos pegados al pasado. Pero si uno no reconoce de donde viene, ¿cómo sabe dónde está parado y cómo sabe menos aun dónde va? [...].

Por ejemplo, cuando uno hace una causa que tiene cientos de años y de repente exige que la forma sea mejor, y el relleno vaya fuera, si le damos toques de modernidad porque unos están compartiendo de que esa

causa, de que esa papa amarilla con lo que trabajamos en el Perú, tiene unos elementos externos que lo hacen más compatible con la práctica visual que hoy tiene. Hoy es muy esto, todo tiene que ser bonito, novedoso. Yo relativizo eso en la cocina, porque la cocina no se hace de la noche a la mañana. Son procesos históricos, lentos, donde todos intervienen. No hay creadores personales. Por supuesto, la tradición se innova sin que pida permiso, pero primero hay que vigilar ese proceso».

QUIÉNES INFLUYERON EN ELLA

Sus influencias proceden tanto del mundo de la sociología (como Zygmunt Bauman) como de su familia (su madre) y los cocineros desconocidos regionales a quienes conoció en sus viajes por el Perú. Álvarez refiere respecto de esto: "Es importante reconocer la herencia, la tradición, la historia. Las cocinas son procesos históricos vivos, mutantes".

TIPO DE INNOVADOR: EXPERIMENTAL

La cocina de Isabel Álvarez, a la que concibe como un proceso de investigación, está basada en un enfoque experimental. Dicho esto, ella refiere que incorpora las dos maneras de innovación, ya que todo proyecto tiene esa dualidad.

«Por ejemplo, cuando se realizó el primer congreso de todas las cocinas andinas, el congreso surgió porque integré una intuición, porque trabajaba con los pequeños agricultores y veía intensamente la importancia de la biodiversidad. Este primer congreso señaló el camino. Juntamos la cocina con la biodiversidad.

No digo que estoy descubriendo algo; simplemente, hago el énfasis que miremos desde una perspectiva interdisciplinaria. Todos mis proyectos tienen estas características. Una sensación, lo corroboro, lo pienso, le doy vueltas, por ahí de repente lo abandono, de repente lo retomo, y ¡crac!».

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA

A esta pregunta, Álvarez responde diciendo que llevaría un surtido de las papas nativas del Perú ("una papa morada, una amarilla..."); una fruta peruana, como la chirimoya, y una bebida, chicha de maíz.

Mitsuharu “Micha” Tsumura

MAIDO



“Para subir un escalón en la cocina, tienes que dominar el peldaño anterior”.

MITSUHARU “MICA” TSUMURA

Mitsuharu Tsumura, quien es conocido como “Micha”, es el gran innovador experimental de comida nikkei en el Perú. Es dueño y creador del restaurante Maido, donde fusiona las tradiciones niponas y peruanas, un restaurante que fue elegido durante tres años consecutivos como el mejor en Latin America’s 50 Best Restaurants y octavo del mundo en The World’s 50 Best Restaurants.

INICIOS

Tsumura nació en Lima en 1981, de padre japonés (proveniente de Osaka) y madre nikkei (descendiente de japoneses nacida en el Perú) de tercera generación. Habla el japonés, ya que desde su nacimiento fue todos los años de visita a lo de sus abuelos en Osaka. Aunque en su familia no había antecedentes en el negocio gastronómico, desarrolló una pasión por la cocina a una edad muy temprana. Relata que su madre le contaba que su abuela cocinaba muy bien y que eso era algo que mantenía a la familia unida. No llegó a conocer a su abuela, pero pudo transmitirle sus conocimientos a través de Maura, la persona que trabajó con ella en su casa durante muchos años y que volvió a trabajar con su familia cuando Tsumura tenía diez años.

La pasión por la cocina que le despertó Maura hizo que Tsumura dejara de asistir a los entrenamientos de fútbol para quedarse a cocinar junto a ella. A partir de ese momento, cocinaba en cualquier ocasión que se le presentaba para su familia y amigos. Respecto de esto, refiere: “Creo que, si tú quieres definir el acto de cocinar, uno cocina y decide ser cocinero, en principio, por darle felicidad a las personas. Es una forma de entregar felicidad”.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: EDUCACIÓN FORMAL

A pesar de su pasión por la cocina, nunca pensó que podía hacer carrera con ella. Fue su padre quien, al ver esa pasión, le puso como condición que lo hiciera a través de una carrera universitaria fuera del Perú, para que se independizara. Decidió matricularse en la escuela de Johnson and Wells en Rhode Island, en los Estados Unidos, donde realizó

los cuatro años de bachillerato con gran éxito, dos años de Artes culinarias y dos de *Food service management*. Aprendió la cocina de diversos países, a las que siempre intentaba combinar con recetas peruanas. A partir de esta formación amplia y de su experiencia, remarca que tiene las dos partes, la del chef que busca crear sin pensar en los costos y la del administrador que impone límites. Destaca la importancia del manejo de los costos y que muchos restaurantes llenos terminan quebrando por el mal manejo administrativo.

Siempre recomienda a los jóvenes que se inician en la cocina que estudien y que hagan experiencia en el exterior, y que luego regresen y concreten lo que han aprendido en el Perú, para generar empleo y contribuir al conocimiento.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: ENTRENAMIENTO EN EL TRABAJO

Con veintiún años, volvió al Perú y, teniendo en cuenta su interés por la cocina nipona, su padre le advirtió que era conveniente que hiciera experiencia en Osaka, donde podía quedarse con sus abuelos.

Trabajó dos años en restaurantes en Osaka. Ahí, un conocido de su abuelo le presentó al señor Hirai, chef y propietario de Seto Sushi, un lugar pequeño con diez sillas en la barra dentro de un área comercial. Luego de hacerle una prueba para que hiciera un omelette (una prueba que demuestra técnica y el manejo del fuego) y cortara unos pescados, el señor Hirai le informó que tenía que empezar de cero lavando platos, que no le pagaría, pero que podía comer en el restaurante. “En Japón se empieza mirando, sin tocar nada”, refiere Tsumura.

Poco a poco, fue escalando: pasó a limpiar mariscos, y a entender la filosofía japonesa sobre cómo tratar los productos. Relata que el señor Hirai le explicó lo siguiente: “Si tú cocinas mal el producto, le estás faltando el respeto a este ejemplar que ha dado su vida para alimentarnos”. De esa manera, aprendió la importancia de cuidar cada ingrediente y también de reciclar la parte que no se utiliza. Una parte de la creatividad de Maido está, justamente, orientada

a aprovechar las cáscaras y escamas que en otros lugares se tiran a la basura.

«En Japón entendí que hacer las cosas mil veces es importante. Que esa frase tan común de que “la práctica hace al maestro” es totalmente válida. Para subir un escalón en la cocina, tienes que dominar el peldaño anterior. No puede saltar fases».

A su regreso al Perú, trabajó en el Sheraton de Lima durante seis años, donde cocinó para el presidente estadounidense Barack Obama en su visita al Perú y, como gerente de alimentos y bebidas, realizó banquetes para cuatro mil personas. Administrar estos eventos le dio un gran aprendizaje sobre la logística y manejo de grandes cantidades de personal.

Finalmente, dejó el hotel al enfrentar una encrucijada cuando, con veintisiete años, le ofrecieron participar de una capacitación intensiva para ser gerente general, una posición con grandes beneficios económicos. Sabiendo que se iría para abrir su restaurante, tomó el gran riesgo de no aceptar la posición.

RESTAURANTES E INNOVACIÓN

En 2009 abrió Maido, su primer restaurante. Su principal innovación fue introducir y profundizar la identidad de la comida peruana en la cocina nipona y revalorizar la cocina nikkei. Su concepto para idear Maido fue cambiando. Al principio, quería hacer algo netamente japonés, pero luego decidió que también tuviera mucho de peruano para que fuera único.

«Cuando abrí Maido la gente no conocía realmente lo que era nikkei. Lo que hicimos primero fue hacer una carta con los platos nikkei clásicos... ‘Tú vienes a comer comida nikkei, no comida japonesa, hacedlo tuyo’. Al principio, la gente pedía solo la comida japonesa, principalmente, sushi. No pedían los platos creativos. Por eso, tenía que invitarlos. En esa época, el público era más reactivo a experimentar».

Los primeros cuatro años de Maido fueron difíciles, según recuerda Tsumura:

«Al principio, estábamos haciendo una cocina nikkei que no era tan conocida. Hace no más de cinco años que este concepto se ha difundido en el mundo (y nosotros hemos aportado un granito de arena para que suceda), pero, en ese momento, era complicado explicar que es una cocina peruana con influencia japonesa. Conceptualizarlo, comunicarlo y plasmarlo nos costó, pero ahora hay propuestas en todas partes».

QUIÉNES INFLUYERON EN ÉL

Su padre fue quien siempre lo aconsejó en los momentos determinantes: lo impulsó a estudiar una carrera universitaria en el exterior; luego lo impulsó a realizar entrenamiento en el trabajo en Osaka y lo apoyó con su primer emprendimiento. Un ejemplo claro de la importancia del entorno familiar y su impacto sobre el desarrollo de habilidades cognitivas y no cognitivas en las personas.

En sus inicios, con diez años, empezó a ver un programa de cocina de Carlos Arguiñano, un gran cocinero vasco, pionero de la televisión de cocina, y de Teresa Ocampo, cocinera peruana. Sus programas eran muy didácticos y divertidos a la vez.

«Lo que me gustó mucho y por eso le agarré un gusto a la cocina fue que Carlos Arguiñano hace ver la cocina como un acto de amor, que la cocina es diversión. Mientras cocina, cuenta una historia, un chiste, canta, baila, y cocina. Esto me hizo asociar la cocina con la alegría. Esto lo aplico hasta el día de hoy. Los días que no estoy bien, no entro a la cocina».

TIPO DE INNOVADOR: EXPERIMENTAL

Para Tsumura, su experiencia en Japón le permitió entender que cocinar era difícil y fue moldeando su enfoque experimental y perfeccionista a la disciplina.

«Me di cuenta de que cortar pescado era lo más difícil del mundo. [...] La perfección en la cocina no existe, porque, si no, no habría evolución. Si algo es perfecto no sería evolucionable, no habría creatividad. Como la tecnología, la cocina siempre está evolucionando. En el mundo de la creatividad y la innovación siempre está el hecho de no estar satisfecho nunca con lo que has hecho. Cuando llegas al punto más alto, siempre te das cuenta de que puedes llevarlo un paso más allá. Si te conformas con lo que has hecho, te estancas».

Considera que tener todo planificado para el desarrollo de un restaurante es casi un imposible: “Tú vas ajustando a medida que se van dando las cosas. Cuando planifico, nunca nada me sale. Soy mucho de impulso. La gente que trabaja conmigo me dice que muchas veces no saben qué esperar”.

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA

A esta pregunta, Tsumura responde:

«Arroz, ají amarillo y aceite. A mí me gusta pescar, así que pescado no. Todo lo demás lo consigo».



Pedro Schiaffino

MALABAR Y ámaz

El chef limeño Pedro Schiaffino ha trabajado para resaltar los alimentos de la selva y la cocina amazónica.

Es propietario de los restaurantes Malabar y ámaZ en Lima. También es chef ejecutivo a bordo del M/V Aqua. Schiaffino es conocido como el “chef de la selva” y ha sido comparado con René Redzepi, quien renovó la cocina nórdica desarrollando una cocina basada en las raíces de la tierra, combinando productos locales con nuevas técnicas. Tristemente, cerró tanto Malabar como ámaZ por los efectos de la pandemia. “No podemos mantener la operación sin el turismo. Para nosotros, el turismo era el 70% de nuestra facturación. Sin él, no es viable. No hay forma. Hasta que no regrese el turismo y sea consistente, no abriremos”.

INICIOS

Nació en el barrio limeño de Miraflores en un ambiente económicamente cómodo. Creció en una familia liderada por las mujeres, “por un matriarcado”: su bisabuela, abuela, madre y tres tías. “Una de las razones por las que decidí ser cocinero es por esta influencia desde muy pequeño, en casa. Para cualquier celebración en casa se preparaba la comida desde cero”, relata Schiaffino. Su abuela se dedicaba a la pastelería como trabajo y tiene recuerdos de llegar a la casa de su abuela y ver una cocina muy amplia con tres batidoras funcionando, los hornos y todos los postres encima de unos mesones.

Durante su niñez, pasaba una parte del año en el balneario Punta Hermosa, en donde recibían muchos invitados y su madre cocinaba para veinte o treinta personas. Otra parte del año la pasaba en Chosica, en las afueras de Lima, de donde es originaria su familia materna y en donde se realizaban grandes celebraciones y almuerzos, preparados enteramente por la familia. Su padre, apunta Schiaffino, era coleccionista por naturaleza y coleccionó muchos objetos y animales. Tenían una huerta en Pachacámac y una carnicería donde se vendían muchos de los animales. Su padre también coleccionaba vinos, cuenta Schiaffino.

«Le encantaba tomar vino y se mandó a hacer una cava subterránea en la casa con un bar. Fue de los primeros en Lima que se interesaban por el vino y que importaban vinos de Europa y de Estados Unidos para tomar».

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: EDUCACIÓN FORMAL

Se graduó en **The Culinary Institute of America** en

Hyde Park, New York, en 1997, e hizo una maestría en el Italian Culinary Institute for Foreigners.

“Las cosas se fueron dando de manera muy natural”, dice Schiaffino. No era muy buen estudiante porque sufría déficit de atención y era hiperactivo. Su gran sueño era ser biólogo veterinario, pero tuvo que admitir que para él iba a ser muy difícil hacer esa carrera. Mientras vendía pescado, un amigo suyo (el también conocido chef Carlos Testino) le comentó que iba a trabajar en un restaurante y Pedro lo siguió en el verano de 1994.

«Yo entré a trabajar por obligación, básicamente, pero ahí me di cuenta trabajando de que me gustaba la cocina y es ahí cuando me decidí. Buscaba algo que me llenara y que permitiera construir un futuro exitoso desde el punto de vista económico».

Schiaffino relata que se fue a estudiar a los Estados Unidos porque su padre le dijo que, si iba a dedicarse a la gastronomía, debía ir a los mejores lugares. Ya en esa época había otras personas estudiando y empezaba a hablarse de la gastronomía como una profesión interesante y con futuro. Coque Ossio, el hijo de Marisa Giulfo, aún activo en la escena gastronómica, estaba en el último año del Culinary Institute. “Con mi padre hablamos con Coque, nos entusias mó mucho y decidí postularme”, resume Schiaffino.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: ENTRENAMIENTO EN EL TRABAJO

Antes de irse a Estados Unidos, Schiaffino trabajó en el Sheraton, Rosa Náutica, Pabellón de Caza y Muelle Uno de Lima. Sus primeros trabajos importantes en cocina, sin embargo, vinieron después de sus estudios en el Culinary Institute. Tenía la idea de trabajar en Asia, en el Raffles Hotel en Singapur, y fue aceptado como becario: “Yo quería hacer una cocina más ligada al Asia que a Europa, una cocina peruana”.

En ese momento, había problemas entre el Perú y Malasia (aliada de Singapur) y Schiaffino no pudo conseguir su visado. Su tío Carlos Raffo, el embajador peruano en Londres, le aconsejó ir a Italia y Schiaffino consiguió una beca para hacerlo. Mientras estuvo en Italia, trabajó en Dal Pescatore con la chef Nadia Santini y con Piero Bertinotti en el Ristorante Pinocchio (con dos estrellas Michelin), un trabajo muy difícil de conseguir, ya que Piero nunca había recibido alumnos con esa beca y era, en general, bastante cerrado.

«Viví en el restaurante durante tres años en el sótano y después en un departamento al costado. Yo era como parte de la familia y no salía del lugar. Había meses sin que yo viera la luz del día. No me cuestionaba mucho. Simplemente por el entusiasmo y por las ganas de aprender y de trabajar era que lo hacía».

Relata que, después del servicio (que terminaba a medianoche), Piero, él y otros se sentaban a la mesa en la sala y se quedaban conversando sobre gastronomía hasta la madrugada. “Y esto lo hacíamos tres veces por semana, mínimo”, relata. Durante este período, también empezó a mirar lo que sucedía en España, donde era la época de la efervescencia de El Bulli, y quería ir a trabajar ahí. Pero refiere que Piero le dijo que no fuera. Según relata: “Tú necesitas formarte como cocinero en tu casa, en tu ciudad, en tu país. Ya tienes la base y tienes la idea”.

RESTAURANTES E INNOVACIÓN

Al estar en contacto y trabajar con buenos productos de mucha identidad local durante sus años en Italia, Schiaffino mismo empezó a fijarse en encontrar los mejores productos locales al volver al Perú. “Entonces, empiezo a buscar esos insumos en la cocina peruana. O insumos más o menos similares que me permitan a mí construir mi propia identidad”.

Con esta mentalidad, empezó a experimentar con ingredientes amazónicos en 2010. Es impulsor, junto a Andrea Ortiz de Zevallos, de la ONG Despensa Amazónica, que impulsa proyectos para valorizar estos insumos. En 2019, ganó el **American Express Icon Award** de los Latin America's 50 Best Restaurants.

QUIÉNES INFLUYERON EN ÉL

Su trabajo con Nadia Santini y Piero Bertinotti en Italia tuvo mucha influencia en sus ideas de alta cocina, ya que ahí aprendió cómo debería pensar un cocinero sobre su rutina, su trabajo y sus insumos. Respecto de esto, refiere que “Italia tiene mucho de lo que es localidad, el producto local, la identidad y el trabajo con el territorio”. A través de Bertinotti, conoció a Carlo Petrini, el evangelista del *slow food*, y las ideas de Petrini sobre “Kilómetro Cero” y territorio influyeron mucho en Schiaffino. El territorio sirve como un valor de la cocina italiana y una herramienta para construir el futuro y defender una identidad y un patrimonio, refiere. “Eso y el trabajo con Piero de alguna manera me dieron las herramientas para regresar a casa y empezar a construir eso mismo”.

Además, durante su estadía en Italia, Schiaffino volvió varias veces a Lima y, en un interin de ocho meses, trabajó en La Gloria, un restaurante mediterráneo de Rafael Osterling. Ahí aprendió a entender los gustos del público limeño con poder económico que frecuenta los restaurantes de alta cocina.

TIPO DE INNOVADOR: EXPERIMENTAL

Schiaffino es un clásico innovador experimental, siguiendo sus intuiciones y aprendiendo a través de prueba y error. En los inicios de Malabar, no quería hacer cocina amazónica, sino cocina peruana, pero, tras algunos años, llegó a la cocina amazónica.

«Primero tú haces algo a partir de una inspiración siempre y para entenderlo tienes que hacer prueba y error. Antes de tomar una decisión o emprender un proyecto, un camino o un trabajo, siempre ha sido un tema de inquietud, de intuición, de sentir lo que hago y creer en que puedo hacerlo. Entonces, sí, improviso».

Sus proyectos de Malabar a ámaZ empezaron tanto con sus viajes a Iquitos como con la necesidad de que fueran atractivos económicamente para los productores de la zona.

«Yo quería un producto y yo quería desarrollar ese producto y tenerlo en mi cocina. Lo trataba de hacer con Malabar, pero me daba cuenta de que necesitaba mucho más poder de compra o tener mayor consumo como restaurante. Entonces dije: “Voy a crear un concepto para poder llegar a mover más esta diversidad y poder contribuir más en el desarrollo de la cocina amazónica”. Y es así como se crea ámaZ».

Schiaffino señala que no pensaba tanto en el concepto antes y recién en ámaZ empezó a entender qué era un concepto de restaurante. Señala respecto de esto: “Entonces para muchos en Lima fue de alguna manera innovador porque nadie había conceptualizado la cocina amazónica o la había llevado a un nivel profesional”.

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA

A esta pregunta, Schiaffino responde entre risas:

«Ají, de todas maneras. Sin ají no puedo vivir. Con el ají estoy contento, pues, con lo que se encuentra en la isla. Yo creo que podría sobrevivir bien en una isla”. Después agrega la yuca: “Yuca, es todo».

Bernardo RocaRey

AUTOR DE LA **COCINA NOVOANDINA**



“Le llamé la comida novoandina con la intención de mostrar la cultura peruana”.

BERNARDO ROCA REY

Bernardo Roca Rey produjo innovaciones en una amplia variedad de actividades, gastronomía, viticultura y periodismo. Licenciado en Ciencias Biológicas por la Universidad de Sevilla (España) y diplomado en Química por la Universidad de Lausana (Suiza), fue miembro del Directorio de Empresa Editora El Comercio S. A., presidente de la Sociedad Peruana de Gastronomía (APEGA) y socio fundador y director periodístico de Portal Espacio360. Fue elegido presidente del Consejo de la Prensa Peruana. Destacado periodista e impulsor de la gastronomía, falleció en 2022, a los 77 años.

INICIOS

Perteneció a una familia tradicional de periodistas, cuyo periódico es *El Comercio* del grupo El Comercio. A los trece años, su abuelo, quien era director del diario, lo llevaba al periódico al final de la tarde y él lo ayudaba a cerrarlo. Desde muy temprano, aprendió el oficio, a hacer fotografía, y a los diecisiete años ya firmaba artículos y hacía las fotografías. Además de esto, creó dos canales de televisión (uno de los cuales es el canal TN, un canal de noticias) y tres periódicos: *Gestión*, *Perú21* y *Trome* (un diario popular).

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO

Durante su niñez, se educó en Suiza y más tarde regresó allí con la idea de estudiar periodismo, pero terminó estudiando temas que no había estudiado en su casa. Refirió respecto de esto: “Decidí estudiar esa otra parte de mí que no se había cultivado y me puse a estudiar Química”.

Algunos de sus compañeros de departamento estudiaban en L’ecole Hotelier, lo que prácticamente se convirtió en una segunda carrera para él mientras estudiaba Química. También completó una Licenciatura en Biología. Sus estudios de microbiología le sirvieron para desarrollar los vinos que actualmente produce la bodega que creó en el Perú.

Esta formación vinculada con las ciencias exactas le brindó la metodología científica para encarar la gastronomía. Refirió respecto de esto: “No como restaurero con ganas de ganar dinero, sino con ganas

de hacer patria. Llega al punto en el que la gastronomía se vuelve algo imprescindible en mi vida”.

INNOVACIÓN

En Suiza desarrolló la **cocina novoandina**.

«Extrañaba mucho mi vida en Lima, mi comida de Lima y terminé haciendo hasta pachamanca, que es la comida bajo la tierra. A casi todos los platos les di un perfil muy hotelero e inventé una cosa que, cuando regresé al Perú, le llamé la comida novoandina con la intención de mostrar la cultura peruana, que es una cultura milenaria. Este hecho de que sea cuna de culturas hace que tengamos unas raíces muy fuertes y la cocina novoandina lo que trataba era de sacar esa cultura que está entrabada en los Andes».

Creó una bodega de vinos en la que se produce vinos con cepas peruanas. Algunos de sus vinos fueron reseñados en el *Washington Post* y en otros medios internacionales. Su vino más exitoso es el Plenilunium de Luna Negra, que es el de mayor trascendencia en este momento en el Perú. Es el vino que sirven en restaurantes como Central y otros grandes restaurantes.

TIPO DE INNOVADOR: CONCEPTUAL

Roca Rey utilizó el método científico para desarrollar un nuevo tipo de cocina peruana: la novoandina. “Todos los proyectos que he realizado parten de una base científica”.

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA

Con su enfoque conceptual, señaló que los productos tendrían que ser cultivables, indudablemente, porque tienen que reproducirse. Enfatizó:

«Tiene que ser infinito. O sea que tendría que llevar alguno de los mejores productos que podemos sembrar y que tengan proteínas. Me refiero a proteínas que tengan que ver con la lisina, que es el aminoácido indispensable, que podría ser la quinua, por ejemplo».



Mónica Huerta

LA NUEVA PALOMINO

“Ir a nuestro pasado, para poderlo poner en el futuro, innovar a partir de nuestro pasado”.

MÓNICA HUERTA

Mónica Huerta es una reconocida chef arequipeña que trabaja con técnicas de cocina ancestrales en su picantería La Nueva Palomino, además de mantenerlas y difundirlas. También busca resaltar el valor de los productos típicos de Arequipa, como el maíz negro criollo, cuyo cultivo prácticamente está desapareciendo.

INICIOS

Mónica Huerta nació en una familia con una larga tradición de mujeres picanteras. Cuenta con orgullo que su madre, sus tías, abuelas, tatarabuela, todas fueron picanteras. Las picanteras son cocineras regionales que atienden una picantería, que es donde se elabora comida con mucho picante y chicha de guiñapos. Esto viene desde tiempos prehispánicos, señala Huerta. Sin embargo, cuenta que de pequeña no le gustaba la picantería porque sentía que le quitaba la atención de su madre.

Huerta no deseaba continuar con la tradición familiar. Cuando su madre fue diagnosticada con una enfermedad terminal, los dos meses que le quedaban de vida les dieron la oportunidad de conocerse y de aprender sobre la tradición familiar.

«Esos dos meses fueron muy muy hermosos para mí. Ella permitía que yo la pudiera acariciar. Ellas (las picanteras) no estaban acostumbradas a un contacto físico; el trabajo de ellas era muy fuerte. Eran mujeres líderes. Siempre había un matriarcado. En muchos años, la sociedad nunca les perdonó a ellas ser tan independientes. Entonces todo eso las hizo un poco duras, pero a la vez muy amorosas. La expresión más grande de amor para ellas era un plato de comida».

A través de un notario, su madre dejó expresado el deseo de que Huerta continuara con la picantería por seis años. Haciendo unos trámites por el testamento en los registros públicos, encontró un

testamento de 1895 donde una tía abuela le dejaba la picantería a su abuela y uno de la década del treinta, en el que su abuela se la dejaba a su madre. En todos los casos, se solicitaba a la sucesora que, por seis años, no la cerrara. Refiere: “Eso cambió mi vida. Definitivamente, entendí que tenía que seguir. El legado era yo”. Sin embargo, no sabía cómo, ya que no tenía los recursos ni los conocimientos, y además no le gustaba.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: ENTRENAMIENTO EN EL TRABAJO

Su proceso de aprendizaje de las técnicas antiguas de picantería se dio, principalmente, a través de entrenamiento en el trabajo y de aprender haciendo. Luego de comprarle la parte a su hermana, que vivía en los Estados Unidos, para continuar con la tradición familiar, se dirigió libreta en mano a la casa de sus tías para observar y aprender cómo se hacían los platos. Mientras seguía el proceso, comenzó a recordar cómo lo hacía su madre. Esa experiencia le sirvió para darse cuenta de que los sabores de su madre, de sus tías y de su abuela estaban grabados en su paladar.

«Y preparaba algo. Y sentía que lo hacía bien. Y me animaba tanto. No venía gente casi a la picantería. Comenzamos con una mesa con cuatro personas. El salón era de diez mesas, pero a las justas podíamos llenar una mesa... Y es así como comienza esta historia, esta historia llena de amor».

RESTAURANTES E INNOVACIÓN

El rasgo distintivo que tiene La Nueva Palomino es el de innovar a partir de la tradición: conocer cada técnica ancestral, cada producto y ponerlo en valor. Todas las técnicas que utilizan las ejecutan con instrumentos prehispánicos. Continúan haciendo toda

la elaboración a mano, con el mismo proceso de hace cientos de años. No poseen una cocina tecnificada, no utilizan instrumentos eléctricos.

La puesta en valor también estuvo orientada a mejorar la atención al cliente.

«Entonces, todo lo que no nos gustaba a nosotros en algún momento lo poníamos en práctica. Y es así como, por ejemplo, la gente entraba con una persona que los llevaba a una mesa preparada especialmente para ellos. Servicio y seguridad. Una forma más práctica también de pagos».

Aumentar la escala del servicio siguiendo las técnicas antiguas fue un gran desafío y es parte de su innovación en la organización del restaurante, lo que implica un gran esfuerzo.

Cocineros y medios de otros países, sin que ellos hayan difundido a La Nueva Palomino, comenzaron a poner sus ojos en la cocina tradicional con técnicas ancestrales y a acercarse para ver cómo ponían en valor esas técnicas e innovaban a partir de la tradición,

«...que esos mismos cocineros puedan aprender a aspirar, que es una palabra quechua que significa ‘asar, tostar, carraspear un ajo’, y puedan, en sus recetas, sacarle mayor provecho a un plato, o sea, ir a nuestro pasado, para poderlo poner en el futuro, innovar a partir de nuestro pasado».

QUIÉNES INFLUYERON EN ELLA

La mayor influencia que tuvo proviene de sus ancestros. Mónica Huerta es producto de la tradición familiar pasada de generación en generación. Su marido Rudy, quien también trabaja en el restaurante en la parte administrativa, la acompañó durante todo su recorrido.

TIPO DE INNOVADOR: EXPERIMENTAL

Mónica Huerta es una innovadora experimental. Todo su desarrollo se dio a través de un proceso carente de planificación. La Nueva Palomino fue evolucionando de forma gradual, siempre apoyada en la búsqueda permanente de los orígenes de la picantería. No cree en las generalizaciones y reconoce la dificultad de la transmisión del conocimiento experimental. “Nunca mirábamos a otra persona porque sabemos que cada negocio es único. Es como una persona. Entonces mi negocio

es único y debe tener mi esencia, debe tener mi alma, tiene que tener mi espíritu”.

Considera que una de las claves de su experimentación fue orientarse siempre al público arequipeño local. “Es un consejo que les doy también a algunos amigos cocineros, porque creo que, fundamentalmente, antes de pensar en un público de afuera, tienes que gustar al público local. Eso es básico, para que no pierdas tu esencia”.

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA

A esta pregunta, Huerta responde:

«La chicha es tan fundamental en sus diferentes etapas de fermentación que sirve para todos los platos de picantería. Entonces, sin chicha no vivo. Llevo mi maíz y me hago mi chicha. Consigo un batán en esa isla, porque es una piedra tras otra piedra. Llevo mis ajíes y creo que con eso yo sería feliz».

Tomás “Toshi” Matsufuji

AL TOKE PEZ



“Me imagino una comida y en mi cabeza ya sé cómo hacerla”.

TOMÁS “TOSHI” MATSUFUJI

Tomás “Toshi” Matsufuji es hijo de Darío Matsufuji, uno de los pioneros de la cocina nikkei en el Perú y fundador del restaurante La Cocina de Darío. Luego de la muerte de su padre, decidió cerrar el célebre restaurante y abrir **Al Toke Pez**, un restaurante muy diferente a La Cocina de Darío. Respecto de esta decisión arriesgada y su apuesta a la innovación, refiere:

«El restaurante de mi padre se mantenía vivo con la idea de mantener vivo su recuerdo. Pero tenía un tope. Tendría que vivir con los clientes que ya iban y no iba a poder modificar mucho la carta. Lo que pasa es que quería hacer algo propio. Dejé la química para mantener vivo su legado, pero, al abrir Al Toke Pez, ese legado se transformó. Uso las mismas técnicas, pongo en valor productos estupendos y muestro el conocimiento necesario para trabajarlos».

INICIOS

La familia de Tomás Matsufuji se dedica a la gastronomía hace varias generaciones. Su bisabuelo emigró a Perú desde Japón, pero hizo su dinero en Bolivia con un restaurante. Entonces, trajo a su hijo, el padre del padre de Tomás, y comenzaron a comprar terrenos en la zona de la selva del Perú para sembrar plantaciones de cultivos como arroz y pimienta. Paralelamente, su abuela era una excelente cocinera.

La familia de su padre también fue fundadora de uno de los primeros restaurantes de comida japonesa en el Perú, el Matsuei Sushi Bar. Para ello, trajeron a dos cocineros japoneses para trabajar en el restaurante. Ambos se hicieron famosos: Nobu Matsuhisa, uno de los cocineros más exitosos a nivel mundial, y Toshiro Konishi, quien se volvió un ícono en el Perú. “Ellos dos iniciaron lo que vendría a ser, digamos, la base de la comida nikkei en el Perú”, afirma Matsufuji.

Su padre falleció en 2009 y La Cocina de Darío se cerró el 15 de mayo del 2011, una decisión tomada por Matsufuji con su madre porque, aunque el restaurante tenía cierta clientela y buena reputación, no era un restaurante exitoso económicamente.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: EDUCACIÓN FORMAL

Después de estudiar la carrera de Ingeniería Agrícola en la Universidad Nacional Agraria La Molina, le surgió la oportunidad de ir a Inglaterra para hacer prácticas en el desarrollo de unos macrociclos que permitirían desalinizar el agua de mar. Allí, hizo un Ph. D. en Química en la Universidad de Surrey.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: ENTRENAMIENTO EN EL TRABAJO

Matsufuji decidió sumarse al restaurante de su padre luego de finalizar su Ph. D. y volver a Perú, en parte, porque su especialidad, la química supramolecular, no era un campo desarrollado en Perú.

Respecto de su incursión en la cocina, refiere: “A los pocos meses, mi padre enfermó un poco del corazón. Entonces [empecé a trabajar de] encargado del restaurante, y a dedicarme totalmente a hacer las compras, a aprender”. Afirma que, para él, fue un proceso realmente fácil porque siempre estuvo vinculado con su padre en el tema de la cocina de alguna manera: “Simplemente fue poner en práctica lo que ya había aprendido anteriormente”. Se dio cuenta de que le gustaba mucho, aunque antes había rehuido de la cocina porque la mayoría de sus primos y sobrinos se dedicaban a eso, y quería ser distinto.

RESTAURANTES E INNOVACIÓN

Tomás Matsufuji considera que cocinar siempre le da la posibilidad de innovar de alguna manera en los ingredientes o de tratar de afinar pequeñas cosas que

quizás sean imperceptibles para el cliente, pero que para él hacen una gran diferencia.

Además, su padre fue uno de los primeros en comenzar a hacer el ceviche en el momento con pescado crudo. Antes era un ceviche remojado de cinco horas. “Mi padre trató de introducir un poco lo que es la técnica del sashimi, del corte, la preservación del pescado, y mostrando el pescado siempre en una vitrina para que sea fresco”.

Al cerrar La Cocina de Darío, Tomás decidió abrir otro restaurante con un concepto más masivo —“totalmente popular”, señala— no solamente para la franja de alto poder adquisitivo, sino para tener un mejor negocio. Tomando inspiración de los fish-and-chips takeaways (comida rápida para llevar inglesa), diseñó un restaurante, Al Toke Pez, que solo estaba abierto desde las 12 a las 14 h para servir buena comida rápida a la creciente clase media. Era un momento de crecimiento económico y cambios en la sociedad. La gente no tenía tanto tiempo para cocinar. “A mucha gente le encantó este concepto de un restaurante nada ostentoso donde se sirve buena comida”, afirma.

Con Al Toke Pez, Matsufuji refiere que su innovación era limitar su carta a no más de ocho platos conocidos y no cambiarlos mucho: “La gente no quiere cosas complicadas, nombres que no conozca y que tú le tengas que explicar. No se quieren arriesgar. Satisface sus deseos y su apetito con tres platos que tienen sabores diferentes, pero que se complementan bien”.

QUIÉNES INFLUYERON EN ÉL

Matsufuji refiere que las dos personas que tuvieron más influencia en su carrera como cocinero han sido su padre y su madre.

«Mi madre es una excelente cocinera y tiene tanto o más conocimientos que mi padre. Y mi padre ha sido siempre un talento en la cocina, un genio. O sea, cualquier cosa que hacía lo hacía excelentemente. Tenía ese talento de improvisar, de creatividad nata que no se ve muy seguido».

Del mundo de la cocina nikkei, menciona a Humberto Sato y Toshiro Konishi como referentes. También profesa admiración por Gastón Acurio: “Es una persona que ha hecho bastante por el Perú”. Dice que no es muy seguidor de cocineros internacionales: “No conozco mucho, no soy de los que siguen lo que se está haciendo en todo el mundo”.

TIPO DE INNOVADOR: CONCEPTUAL

Posee un enfoque conceptual de la innovación y considera que las “ideas salen ya hechas”. Describe su manera de trabajar como una combinación entre lo conceptual y lo intuitivo, basado en la experiencia. “Me imagino una comida y en mi cabeza ya sé cómo hacerla. Simplemente, lo único que hago es cocinar y plasmarlo a la hora de cocinarlo”.

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA

Respecto de esta pregunta, Matsufuji responde:

«Me llevaría carne deshidratada, ya sea pescado o carne de res, porque dura bastante tiempo y te da buen valor proteico. Me llevaría agua, definitivamente, porque nadie puede vivir sin agua. Y, bueno, ya el tercero tendría que ser algo de lujo, ¿no? Creo que no es nada bueno, pero llevaría una botella de Coca-Cola».



José del Castillo

ISOLINA TABERNA PERUANA

“La cocina tradicional, justamente por ser tradicional, no permite, a veces, mucha innovación”.

JOSÉ DEL CASTILLO

José del Castillo estudió en el Instituto de Alta Cocina D’Gallia y tiene la experiencia de llevar una vida entera dentro del restaurante fundado por su madre, de quien aprendió los secretos de la antigua cocina criolla. Es el dueño del restaurante La Red, en Lima. Desarrolló un estilo propio centrado en los pescados y mariscos, combinado con el toque criollo originario. En la actualidad, José del Castillo es chef y dueño del restaurante Isolina Taberna Peruana.

INICIOS

Cuando tenía ocho años, su madre tomó el riesgo de abrir un restaurante como medio de vida, por lo que, desde esa edad, estuvo involucrado en el negocio de la cocina. En ningún momento lo pensó como pasión o por hacer una carrera en la gastronomía peruana, ya que, en ese entonces, la gastronomía peruana no tenía el posicionamiento actual.

«Para ella era eso: abrir un negocio que les pudiera solventar la educación de sus cuatro hijos. Lo único que ella tenía siempre era ganas de tener un negocio. Podía ser una librería, un bazar, una bodega, una farmacia. En este caso, lo que se le presentó fue un restaurante.»

Entonces, yo me veo involucrado desde muy chico en ese ambiente de restaurante, nunca trabajando ni cocinando porque era bastante pequeño, pero siempre nuestra vida era almorzar en el restaurante. Vivíamos muy cerca y entonces era mucho de ir a la casa, regresar en los veranos, ayudarla en el negocio».

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: EDUCACIÓN FORMAL Y ENTRENAMIENTO EN EL TRABAJO

Se involucró de lleno en el negocio luego de sus hermanos mayores. Refiere: “Pero más que nada por estar junto a ella y acompañarla más que por el oficio o porque me gustara el negocio”.

Estudió Administración en la universidad, compartiendo sus horas de estudio con horas en el restaurante trabajando junto a su madre.

«A mis 48 años, ha sido el único trabajo que he tenido y ella mi única jefa... una de las jefas más duras que me imagino. Yo no tenía ningún tipo de privilegio por ser el hijo, sino por el contrario, el trabajo fue mucho más duro.»

Cuando terminó de estudiar Administración en la universidad, decidió estudiar Cocina. De esto, señala: “Para redondear un poco la profesión y sabiendo que ya me iba a quedar en el restaurante”. Eso le permitió tener un mejor entendimiento de cómo se manejaba un restaurante. Estudiando cocina, se dio cuenta de que le gustaba, que sabía hacerlo y que era lo que prefería hacer. Alrededor de 1999, en el momento en que la cocina peruana empezó a hacerse conocida, comenzó a entrar más en la cocina y su madre le dejó espacio para que se encargara del restaurante.

En un momento, decidió concentrarse en la cocina exclusivamente. Dejó la parte de administración y financiera, primero a sus hermanos y luego también a otros socios.

«Nunca más manejé directamente el negocio. No porque no lo sepa hacer, sino porque creo que los cocineros tenemos este apasionamiento que a veces nos hace no ver los números y... que a veces para hacer nuestro trabajo no nos damos cuenta de todo lo demás, que obviamente al final es un negocio.»

RESTAURANTES E INNOVACIÓN

La principal innovación de José del Castillo fue romper con la manera tradicional en la que el restaurante se desenvolvía e introdujo conceptos que aprendió en su etapa de educación formal, tanto en la administración como en la cocina.

«La cocina tradicional, justamente por ser tradicional, no permite, a veces, mucha innovación, más bien donde podemos hacer innovaciones es en las máquinas, los procesos del negocio, más no en el diseño en sí de la comida; si no, estaríamos manipulando la tradición y ya no sería tradición».

En cuanto a la cocina, modificó la carta que se había mantenido inalterada por veinte años, incluyendo platos nuevos, pero conservando lo casero y tradicional del restaurante. Respecto de esto, señala: “Platos de cevichería, de restaurante marino, pero dándoles un toque más casero... Cambié un poco la vajilla e introduje algunos platos que sentía que podían tener mayor atracción”.

En cuanto a la parte administrativa, desarrolló una forma de gestión más ordenada y un sistema de manejo de dinero. “Por ejemplo, en La Red nunca se manejaba el tema de los costos, ni de saber si se podía rentabilizar esto o promover un plato que podía ser más rentable que otro”.

Refiere que el rasgo distintivo de Isolina es la autenticidad.

«En Isolina no hemos inventado una historia: Isolina es una historia real, sobre mi madre. Entonces, esta historia que se cuenta, esta historia que uno vive cuando vas al espacio que tenemos en Barranco, cuando entras a la taberna, esta casona antigua. Estás conociendo la vida de Isolina».

QUIÉNES INFLUYERON EN ÉL

Su madre es la persona que más admira. Al igual que otros chefs, considera que Gastón Acurio ha sido la persona que lo ha inspirado. Señala que es:

«... la persona que logró unir al cocinero, la persona que logró que este cambio se hiciera real [...]».

Gastón tenía, en ese momento, un programa de televisión muy importante en donde le llegaron a decir el rey Midas, porque todos los negocios que tocaba se convertían en exitosos. Entonces él aportó mucho en ese momento, nos hizo conocidos a muchos cocineros y a nuestros restaurantes [...].

De los cocineros que últimamente admiro mucho por su don de gentes y por su trayectoria son los hermanos Roca».

TIPO DE INNOVADOR: CONCEPTUAL

Si bien tiene un carácter impulsivo, del Castillo es un gran planificador. Es muy analítico y sus innovaciones

consisten en aplicar conceptos bien definidos. “Creo que por más pequeño que sea este emprendimiento o esta idea que tengamos, hay que darle muchas vueltas, hay que pensarlo, hay que analizarlo, hay que preguntar y consultar. Hay que investigar por muy pequeño que sea”.

Considera muy importante el trabajo en equipo y declara que Isolina fue su idea, pero que es producto de ese trabajo en equipo con distintas maneras de pensar.

«Siempre pensé que, al hacer tradición, la innovación y la tecnología no tenían absolutamente nada que hacer en mi cocina, pero infinitamente sí. Pues para la tradición no, pero sí, sí para acelerar el proceso. Sí para mejorar procesos. Sí para mejorar la rentabilidad de un negocio. Sí para hacer más cosas y mejores. Entonces sí creo en su importancia».

Como innovador conceptual, la transmisión de conceptos claros le resulta sencilla y de suma importancia. “No solamente creo que el lenguaje en la cocina es igual en el universo entero, en el mundo entero, sino en la característica de los cocineros, en la personalidad de los cocineros”.

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA

A esta pregunta, responde:

«Un libro, definitivamente. Pediría una foto de mi hija para no dejar de verla, capaz para mirarla siempre. Pero el producto que tiene que ver con la cocina, yo creo que son un cuchillo definitivamente, un encendedor y una olla. Yo creo que con eso no necesitaría nada más, además tengo fuego, tengo la herramienta y tengo el envase. Con eso fácilmente podría sobrevivir».

Israel Laura

— KAÑETE —



“Hay que aunar y hacer que la gente acepte su propia identidad comiendo lo que siempre ha comido y que no se avergüence por comer quinua o mote”.

ISRAEL LAURA

Israel Laura estudió en la Escuela de Hostelería Hofmann, situada en Barcelona, en donde sus estudios de alta cocina catalana lo llevaron a algunos de los mejores restaurantes del noreste de España. Este recorrido le dio una nueva perspectiva de la comida de su país de origen: “Me di cuenta de que Perú tenía una variada tradición culinaria, al igual que España, o tal vez aún mayor”, recuerda Israel, quien regresó a Perú para desarrollar su propio proyecto. “Entonces comencé a interpretar la cocina peruana a mi propia manera y con mi propio estilo”.

Su restaurante limeño Kañete es lo que Laura define como “la nueva cocina criolla”. Su cocina combina los sabores tradicionales incorporando la creatividad de los grandes restaurantes de Barcelona. Al igual que Gastón Acurio, su enfoque utiliza conceptos y técnicas que aprendió en Europa y los combina con las técnicas e ingredientes tradicionales de Perú.

Filosóficamente, cree que la sociedad peruana tiene que reencontrarse con su propia identidad y su propia historia.

«Hay que aunar y hacer que la gente acepte su propia identidad comiendo lo que siempre ha comido y que no se avergüence por comer quinua, mote o cancha. Ese mestizaje que tenemos en nuestra cocina y ese mestizaje que tenemos racialmente son nuestra principal riqueza. La diversidad de técnicas, la diversidad de producto, la diversidad de recetas».

Laura divide la nueva cocina peruana en dos fases: la primera es la era de Gastón Acurio, en la que él y sus compatriotas empezaron la apertura de la cocina peruana hacia el mundo. “Yo creo que Gastón estuvo en el momento adecuado. Faltaba un personaje o alguien que saliese en eso y que se convirtiese en un abanderado”. La segunda fase, que todavía tiene que impulsarse, es la apertura hacia adentro de la cocina peruana para los perua-

nos. “Me refiero a que sea una cocina más abierta, más democrática”, afirma Israel.

INICIOS

Israel Laura es el hijo más joven de una pareja, según refiere, “humilde [...] de provincianos” de la Sierra radicados en Lima. Después de liquidar su puesto de abarrotes en el centro de Lima, su madre llevó a Israel a Barcelona en 1992, en plena crisis de Sendero Luminoso. Llegado con quince años, Israel terminó la secundaria en Barcelona, donde era el único extranjero en el colegio. “Me hizo aclarar mis ideas y ver al Perú desde un punto de vista distinto”.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: EDUCACIÓN FORMAL

En Barcelona, estudió Arte y Escultura tallada en madera en la Escuela de Artes y Oficios. Su primera opción era la madera porque le gustaba trabajar con las manos, pero no se dio porque la carrera puntual de restauración de muebles antiguos era demasiado cara. Como le costó adaptarse al sistema educativo y la universidad le daba miedo, decidió hacer una carrera técnica y eligió Cocina. Tenía los medios para pagar porque había estado trabajando dos años en una fábrica, haciendo la cubierta de los cables de alta y de media tensión.

Estudió Cocina, específicamente, la alta cocina catalana, en la Escuela de Hostelería Hofmann de Barcelona. “Ahí me di cuenta por qué verdaderamente la cocina era lo mío”, afirma.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: ENTRENAMIENTO EN EL TRABAJO

Salió de la Hofmann con trabajo en un hotel de cuatro estrellas, lavando las lechugas, trayendo la cebolla y pelando las verduras. “Poco a poco comencé como ayudante de cocina en ese hotel.

Luego me fui a otro hotel como ayudante también de cocina y lavaplatos a la vez”, refiere. Posteriormente, se convirtió en jefe de partida y después en jefe de cocina.

A partir de ahí, decidió profundizar más en la cocina. Trabajó en La Alameda, un restaurante vasco con una estrella Michelin y después en varios restaurantes en Cataluña con estrellas Michelin. Relata que, con una década en cocina, después de almorzar con una colega de cuarenta años que sufría un cansancio profundo, se dio cuenta de que su vida de cocinero en Barcelona “no era vida” y decidió tomarse un descanso y volver a Perú en 2007.

A su regreso, encontró un sector gastronómico en pleno auge: “Había algunos compatriotas y colegas que me hablaban de Gastón, Gastón, Gastón. Cuando llegué, había todo un *boom* de la cocina que en ese momento en España no se conocía para nada”. Su primer encuentro con la cocina peruana fue realizando unas prácticas en Astrid y Gastón. “Ese fue un año de reencuentro un poco conmigo mismo”, refiere respecto de su retorno al Perú.

RESTAURANTES E INNOVACIÓN

Después de dar clases de cocina en varias universidades peruanas, lanzar su programa de televisión y liderar un restaurante financiado por un inversor, decidió armar su propia propuesta. En 2015, abrió su restaurante Kañete en la casa de su madre, donde ella vendía abarrotes y tenía un locutorio. A diferencia de la mayoría de los restaurantes de autor de Lima, que se encuentran en los barrios pudientes de Miraflores, San Isidro o el artístico distrito de Barranco, Israel apostó por un establecimiento en el centro histórico de Lima, en el distrito de Surquillo. “El foco gastronómico se centra en Lima y, dentro de Lima, en San Isidro, Miraflores, Chacarilla (los barrios bien), y todos los demás están ajenos a ese nuevo fenómeno, a esa nueva cocina peruana”.

Como parte importante de su proceso de innovación, Israel Laura se mantiene en contacto tanto con chefs de todo el Perú, a través de su programa de televisión, y también regresa periódicamente a España para trabajar junto a los mejores chefs. Realizó dos importantes pasantías: en el Celler de Can Roca, varias veces elegido el mejor restaurante del mundo, y en Pakta, el espacio nikkei de los hermanos Albert

y Ferran Adrià. “Tengo más de veinte años de experiencia al mando de diversas cocinas, pero creo que un chef siempre debe seguir aprendiendo. Es importante probar y visitar otras cocinas que no sean las propias”, afirma Israel.

QUIÉNES INFLUYERON EN ÉL

Aunque no tiene una persona que lo haya influido en particular, la madre de Israel Laura tuvo gran impacto en su carrera, tanto desde su ejemplo —como mujer de la Sierra con poca educación, tenía una gran capacidad de negocio y de llevar su empresa familiar para adelante— como de inspiración de su primer restaurante, que Israel fundó en su casa.

TIPO DE INNOVADOR: EXPERIMENTAL

Israel Laura es, como muchos de los revolucionarios de la cocina peruana, un innovador experimental, siempre buscando, casi por intuición, el próximo objetivo.

«Yo soy desordenado; no voy a mentir. A mí me gusta planificar y planifico las cosas, sobre todo, pero me gusta improvisar —afirma entre risas—. Me gusta improvisar y siempre estoy ansioso de aprender, siempre tengo curiosidad, siempre quiero ver, leer y, sobre todo, me gusta aprender de la gente. O sea, como lo que decía Sócrates: “Yo solo sé que no sé nada».

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA

A esta pregunta, responde:

«No puedo vivir sin vino. Yo estoy acostumbrado al vino, en el almuerzo y en la cena, así que llevaría vino argentino, pisco de Cholo Matías y papas amarillas».



Flavio Solórzano

EL SEÑORÍO DE SULCO

“Mucha gente lo ve como creatividad. Yo siempre digo que es, simplemente, mientras más ves, mientras más pruebas, más sabes”.

FLAVIO SOLÓRZANO

Flavio Solórzano es hijo de Isabel Álvarez Novoa, la socióloga, cocinera y una de las grandes difusoras de la cocina tradicional peruana. Es uno de los impulsores de la cocina peruana que trabajaron para preservar su identidad. Actualmente, la cocina del restaurante pionero que fundó Álvarez Novoa, El Señorío de Sulco, está a cargo de Solórzano, quien lo presenta como “el abanderado de la recuperación de la cocina peruana tradicional” y el restaurante que “le puso mantel a la comida peruana”. En esta cocina, la práctica más que la teoría viene por herencia familiar. Solórzano le trajo al restaurant la innovación, el esmero, la estricta minuciosidad que exige una cocina de técnica, la investigación, la creatividad y la inspiración.

INICIOS

El Señorío de Sulco fue fundado en 1986 por su madre y abuela cuando Solórzano tenía trece años, pero él desarrolló una pasión por la cocina incluso antes. Refiere que, entre 1982 y 1985, aproximadamente, su abuela era muy solicitada para cocinar para grupos de hasta treinta personas. “Me metió en la cocina y me hizo su ayudante”, relata.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: EDUCACIÓN FORMAL

Antes de que Solórzano eligiera la vida de cocinero, su padre lo imaginaba en una profesión más tradicional. “Mi padre me decía: ‘Tú tienes que ser un buen abogado’”, afirma Flavio. Sin embargo, después, su padre apoyó su interés por la cocina. En ese momento, casi no existía la carrera de Cocina en el Perú, solamente la de Hotelería. Por eso, aprendió el oficio en el restaurante.

“Hubo una intención de profesionalizarnos de alguna manera, yendo a estudiar afuera. Pero yo vi la oportunidad más bien en el restaurante”, relata.

No obstante, aunque no estudió en el exterior, realizó innumerables viajes. “Yo tenía claro que tenía que salir, aprender, regresar, salir, aprender y regresar. Eso ha sido un poco mi vida”.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: ENTRENAMIENTO EN EL TRABAJO

Empezó a trabajar los fines de semana en El Señorío de Sulco desde su apertura y describe los cuatro años que trabajó ahí antes de graduarse del colegio como el “caldero” para todo lo que le siguió. Recuerda el lanzamiento del restaurante por la formulación del concepto.

«Tengo clarísimo el tema del concepto, que es algo que ahora se maneja. No haces un restaurante si no hay un concepto. Ella [Álvarez Novoa] decía: “Tenemos que rescatar la cocina de Lima” y encontró Sulco, un pueblo que mi mamá ya había visto».

Después de terminar el colegio, pasó todo su tiempo en el restaurante. “Me mudé al restaurante. Yo tenía un cuartito al fondo —refiere—. Todo el día en el restaurante. Me amanecía y anocheaba ahí”.

RESTAURANTES E INNOVACIÓN

Según Solórzano, la innovación de su restaurante familiar fue la de reunir los conocimientos que existían en el Perú, a contracorriente de lo que hacía la mayoría de los cocineros en ese momento.

«En esa época —el inicio de la década del noventa—, lo que gobernaba en Perú y en Latinoamérica era la cocina europea, francesa, básicamente. El Señorío de Sulco fue la reunión de la sabiduría de muchas mujeres que ya se estaban yendo, mujeres de ochenta, setenta años, noventa años. Me acuerdo de todas esas viejitas que desfilaban por ahí todos los fines de semana y nos iban enseñando».

Por esa experiencia, logró reconocer muchos de los ingredientes del interior del Perú, como frutas de la selva, una década antes que otros cocineros de su generación.

En cuanto a su innovación en El Señorío del Sulco, Solórzano señala que primero hizo una ampliación desde la cocina limeña hacia la cocina peruana, que arrancó un movimiento de subcocinas. Al respecto, refiere: “Hay que hablar específicamente de qué tipo de cocina hacemos, si es de una provincia, un departamento. [Y hace cinco años], empieza un proceso de nacionalización, regionalización, purificación de las cocinas”.

QUIÉNES INFLUYERON EN ÉL

Su madre y su abuela son las que más influyeron en su carrera. También menciona a Alain Ducasse “por la consistencia de su propuesta. Es firme. Nunca se ha dejado llevar por las modas”. Al contrario, refiere admirar a los cocineros famosos de innovación moderna, pero solamente hasta un punto.

TIPO DE INNOVADOR: EXPERIMENTAL MODERADO

En un sentido básico, Solórzano tiene un lado fuertemente experimental. Es uno de los que popularizaron la práctica de búsqueda permanente de calidad y sabor, cambio por cambio: “El arroz con pato que comiste hace cinco años acá ha variado por lo menos unas veinte veces hasta el día de hoy. Entonces esto es lo que yo hago”.

También posee una faceta conceptual. Flavio refiere que innova a partir de sus viajes, que colecciona ideas y después las usa en el momento indicado. Por ejemplo, relata que sus viajes al sur de los Estados Unidos, precisamente a Texas, lo impactaron mucho. Específicamente, la práctica de cocinar carne en ahumadores grandes durante mucho tiempo a temperaturas tan bajas que las tapas pueden ser de madera. Eso le sorprendió mucho. Ahora, años después, salió esa idea del fondo de su “refrigerador”, como le llama, y está diseñando un concepto de restaurante grande que se llama Cultura Carne, no solo para carne ahumada, sino un concepto amplio que también incluye platos como hamburguesas artesanales y crucetas de costillares enteros. Es una mezcla de las dos formas de innovador. “Hay parte de ese conocimiento que yo adquirí que va saliendo durante el tiempo

que uno va trabajando y de acuerdo con las necesidades que se presentan”, explica Solórzano.

«Todo lo que tienes es una serie de herramientas ahí a disposición que pueden estar ordenaditas y guardaditas hace quince años. Pero, en algún momento, abres la puerta, jalas y la aplicas. Mucha gente lo ve como creatividad. Yo siempre digo que es, simplemente, mientras más ves, mientras más pruebas, más sabes. Es una gran oportunidad que tuve».

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA

Respecto de esta pregunta, responde:

«Yo creo que me llevaría ajo, cebolla y ají».

Héctor Solís

FIESTA MIRAFLORES LIMA GOURMET



“Sigo regresando a mi casa y sigo cocinando con mi mamá”.

HÉCTOR SOLÍS

El chef Héctor Solís es quién llevó la comida norteña a la categoría de comida *gourmet*. Solís pertenece al grupo de los jóvenes chefs que, en una segunda etapa, han contribuido a la revolución de la comida peruana.

Héctor es dueño del restaurante Fiesta Miraflores Lima Gourmet, que abrió en 1996. Especializado en comida regional del norte del Perú, concretamente de Chiclayo, es considerado uno de los mejores en su categoría.

A pesar de que el distrito de Miraflores parecía no ser adecuado para un restaurante de comida regional, este restaurante fue un éxito. La comida regional, generalmente, no era considerada en la carta de los principales restaurantes *gourmet* de aquellos tiempos. Sin embargo, Héctor Solís logró que la comida regional ingresara a la categoría de las grandes comidas *gourmet*.

El restaurante Fiesta Gourmet abrió una sucursal en la ciudad de Tacna, en el sur del Perú, en 2004, y otra sucursal en la ciudad de Trujillo en el norte peruano en 2008. En 2013, abrió La Picantería en Lima, en el distrito de surquillo. Es un restaurante informal al estilo de las antiguas picanterías norteñas, en donde se sirven platos tradicionales.

Héctor Solís también ha investigado sobre la comida chiclayana. Ha escrito el libro *Lambayeque. La cocina de un gran señor*, que le tomó cerca de dos años de investigación y recopilación de las diferentes comidas del departamento de Lambayeque.

INICIOS

Héctor Solís Cruz es natural de Chiclayo, perteneciente al departamento de Lambayeque, en el norte del Perú. Tiene cinco hermanos y es hijo de un bancario y una repostera. Relata que creció en las cocinas familiares.

Cuando Héctor tenía doce años, su padre dejó su trabajo en el banco por exceso de presión política y sus padres convirtieron su casa en un restaurante. Según Solís, su padre le decía: “Vamos a hacer algo que no se ha hecho nunca en Chiclayo”, el primer restaurante de alta gama en la ciudad dedicado a comida de la zona, no a comida estilo europeo.

«Era totalmente revolucionario, porque mi padre se comunicaba con sus amigos que seguían todavía en el banco y los invitaba a que vengan al restaurante. Pero la gente venía y decía: “Este se ha vuelto loco. Ha puesto un restaurante con alfombras y con manteles, y con todo solo para vender seco de cabrito o para vender arroz con pato».

Solís empezó a trabajar en el restaurante Fiesta con sus hermanos y este se convirtió en un éxito y en un símbolo de estatus:

«Llegaba el presidente de la República a Chiclayo, todo el mundo al Fiesta. Entonces también nos comenzaron a catalogar como restaurante caro y toda la vida hemos procurado esto. [Pero] no somos un restaurante caro, sino somos un restaurante costoso que es totalmente diferente».

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: EDUCACIÓN FORMAL

Al terminar el colegio a los quince años (comenzó primer grado a los cinco años), Héctor viajó a Lima para seguir estudios universitarios de Economía. Después de que Héctor recibiera una oferta de trabajo en el Banco de Crédito del Perú, su padre le dijo que quería armar un negocio con él en Lima: el restaurante Fiesta en el barrio limeño de Miraflores. Entonces, decidió realizar estudios de cocina en la prestigiosa institución Le Cordon Blue en Lima. “Me fui a estudiar allí porque necesitaba técnicas y procesos”, refiere.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: ENTRENAMIENTO EN EL TRABAJO

Siempre trabajó en los restaurantes de la familia, desde la apertura del primer restaurante en Chiclayo, cuando tenía doce años. En 1996, después de recibir la oferta de trabajo en el Banco de Crédito del Perú, montó con su padre el restaurante Fiesta en Lima, del cual sigue siendo dueño.

RESTAURANTES E INNOVACIÓN

La innovación de su familia fue la aplicación del concepto gourmet a la cocina regional, afirma Héctor. “Transformamos el mismo plato en cosas muy finas”, refiere. Sobre los restaurantes Fiesta que la familia Solís abrió en Chiclayo, Lima, Tacna y Trujillo, señala que antes no existía una cocina de ese tipo del nivel que debería tener una cocina peruana.

QUIÉNES INFLUYERON EN ÉL

Héctor Solís ha tenido la suerte de pasearse por muchas cocinas del mundo, conocer y cocinar con muchos chefs internacionales. Pero es su madre quien sigue siendo la influencia más importante en la cocina.

«Sigo regresando a mi casa y sigo cocinando con mi mamá, que es una persona que, desde muy temprana edad, yo con once o quince años, me enseñaba cosas que ahora veo en mis viajes que he hecho en Europa o Asia: “¡Pero eso lo he comido hace treinta años atrás en la casa con mi mamá!”. Y fíjate en mi mamá, sin haber estado en esos sitios».

Refiere que ella tiene un don particular y natural en la presentación, las texturas y la fineza, haciendo de platos muy humildes cosas muy refinadas.

TIPO DE INNOVADOR: CONCEPTUAL

Revela su enfoque conceptual al señalar:

«Primero he tenido esa visión y esa imaginación, el cerebro, lo de poder visualizar algo, ver algo y luego después aterrizarlo y ponerlo en un papel [...].

Pero lo primero es, de repente, esta intuición que uno tiene, es decir, aquí falta un restaurante, aquí puedo hacer el restaurante. Por ejemplo, en Surquillo nos pasó eso. Esperamos la casa que dije: “Esa casa es para la picantería, pero está ocupada. Vamos a esperar el tiempo que sea necesario”. Les hicimos un seguimiento de dos años hasta que la casa se liberó».

Otro ejemplo de innovación conceptual es la elaboración de cerveza. Como la cerveza que había en Perú no maridaba bien con el ceviche, tuvo la idea de elaborar su propia cerveza. “Todo esto va naciendo mientras vamos haciendo, de la necesidad”, afirma.

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA

Respecto de esta pregunta, responde:

«Tengo que ir de todas maneras con mi familia. Tengo que ir con mi familia y tengo que llevar un poco de agua y nada más».



Joseph Ruiz

SOMMELIER DE **CENTRAL**

Joseph Ruiz Costa se graduó como administrador hotelero en Cenfutur en 2012. Llegó a ser jefe de salón y chef *sommelier* en el restaurante Central de Virgilio Martínez y Pía León. Actualmente, trabaja en el restaurante de carnes Don Nico y dicta charlas y cursos para el Instituto del Vino y del Pisco (IDVIP). Ganó en reiteradas ocasiones el premio al mejor *sommelier* del Perú. En la actualidad, trabaja en varios proyectos nuevos, incluyendo Wow Wines, un proyecto educativo en el cual los clientes reciben un paquete con un par de vinos y Ruiz y sus dos socios les dan una clase de cata virtual sobre los vinos por la plataforma Zoom.

INICIOS

Peruano de nacimiento, Ruiz creció entre Lima y Nueva York.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: EDUCACIÓN FORMAL

Al volver a Perú en 2004, empezó a estudiar Turismo y Hotelería, que estaba de moda en ese momento. Más tarde, se formó como *sommelier* en el IDVIP, en el distrito limeño de Surquillo.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: ENTRENAMIENTO EN EL TRABAJO

Mientras estaba en Nueva York, comenzó a trabajar en un restaurante donde su tío era chef. “La verdad que fue muy gratificante porque comencé a observar las diferentes áreas como el bar, el salón, la cocina”, refiere. Su carrera como *sommelier* empezó en 2011 en Central, el restaurante de Virgilio Martínez, cuando el hotel donde trabajaba lo mandó a un evento en el restaurante y, porque sabía inglés, le ofrecieron trabajo. En ese momento, empezó a trabajar como camarero, pero se necesitaba un asistente de *sommelier* y le dieron la oportunidad.

RESTAURANTES E INNOVACIÓN

En el momento de abrir Central, era muy común tener peleas entre salón y cocina. Sin embargo, Central armó un equipo de cuatro *sommelier* y, al ver el éxito de Central en el trabajo en equipo, otros restaurantes en Lima empezaron a copiar ese modelo, muchas veces ayudados por varios *sommelier*, que habían trabajado en Central. Otra innovación de Central era contratar lotes especiales de vino a las bodegas peruanas. Después, Ruiz pasó a la búsqueda de pequeños productores, algo que hace en la ac-

tualidad. Afirma que hay mucha más investigación en temas como el origen de las cepas de Perú y en usar la uva pisquera —normalmente para pisco— para hacer vino, un proceso totalmente distinto. “Ha habido un intercambio de conocimiento con algunos productores e incluso asesoramientos y enólogos que vienen ya al Perú de otros países como Argentina y Chile, que están cambiando completamente la visión del vino peruano”. Menciona la bodega Tacama como líder en vino peruano.

QUIÉNES INFLUYERON EN ÉL

Ruiz afirma que, del equipo que trabajaba en bebidas en Central, lo influyó mucho Gregory Smith, quien era el director de bebidas de todo el restaurante, y luego José Miguel Burga, quien era el jefe de los *sommelier* y también, en ese momento, era el mejor *sommelier* en Perú. Después llegó Flor Rey, una mujer argentina que vino al Perú para aprender sobre el pisco y, al final, se quedó. En la actualidad, ella es la jefa de *sommelier* de Mayo, otro restaurante muy reconocido. “Ellos tres fueron los pilares para incentivar-me a seguir estudiando, estudiando, estudiando hasta el día de hoy”, refiere.

TIPO DE INNOVADOR: CONCEPTUAL

Joseph Ruiz se presenta como un innovador conceptual. “Es como que trabajé en una burbuja. No veía lo que había afuera porque estaba completamente enfocado en el restaurante. Prácticamente yo vivía en el restaurant”, explica. Eso cambió cuando salió de Central. “El mundo era otra cosa y aprendí bastante. Hasta el día de hoy, sigo aprendiendo. Pero sí soy más de procesos. Trato de no apresurarme, sino de planificar lo que tengo que estudiar”.

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA (VINOS Y PISCOS)

Primero, refiere que llevaría el rosado de la Tacama que se llama Ambrosía. Está hecho de Nielluccio, una uva de Córcega (conocida como Sangiovese en Italia). En cuanto a un blanco, señala que “llevaría de esta bodega Intipalka, que ha cambiado totalmente el concepto de sus vinos gracias a la mano de enólogos jóvenes, argentinos en este caso. Hay uno de Moscatel de Alejandría, seco, muy bueno, ligero, fácil de beber”. Respecto del pisco, dice que se llevaría una botella de Gran Maestro: “Tiene uno acholado que es una mezcla que está muy buena”.

Malena Martínez

DIRECTORA DE **MATER INICIATIVA**



“Empezamos a explorar Perú buscando ingredientes diferentes y empezamos a hacer viajes alrededor del territorio peruano”.

MALENA MARTÍNEZ

Malena Martínez es directora del grupo interdisciplinario de investigación gastronómica Mater Iniciativa. Estudió medicina e hizo cursos de nutrición y de industrias alimentarias. Las metodologías de Mater provienen de la ciencia y su trabajo permitió rescatar decenas de productos para la cocina que se ponen en escena en los menús de Central y otros establecimientos desarrollados por los innovadores Virgilio Martínez y Pía León. Mater Iniciativa es el *think tank* del que proceden las ideas y lineamientos que dan forma a los proyectos del grupo.

“Nuestra mirada está anclada en la investigación y estamos empezando a entrar en el mundo de la academia, siempre desde una perspectiva que se vincule al lugar”, relata. Actualmente, Mater opera en Lima y en Cusco, pero tienen planes de seguir explorando otras regiones. “Nos emociona la Amazonía por ser un ecosistema diferente. Serán otros los retos y nos tomará tiempo”.

Sobre Virgilio Martínez, Mario Vargas Llosa expresa que “ha captado hábilmente la esencia peruana y ha mostrado al mundo la extraordinaria diversidad, riqueza y creatividad de la cocina de Perú” (Martínez y Bianchi, 2015).

INICIOS

Es la hermana del chef Virgilio Martínez, que estudió y trabajó mucho fuera del Perú. Ella notó que Virgilio Martínez quería venir a Perú para desarrollar un restaurant propio, pero que tuviese algo interesante que ofrecer, algo diferente. Virgilio Martínez tenía la impresión de que buscar ingredientes extraños, exóticos y mostrarlos en una carta podría ser el camino. El lugar que creó en 2008 es el influyente restaurant Central.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: EDUCACIÓN FORMAL

Malena Martínez estudió Medicina y era médica general de carrera antes de acercarse a la gastronomía.

INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: ENTRENAMIENTO EN EL TRABAJO

Como médica, Malena trabajó en la selva y luego como médica general en Lima tres años.

RESTAURANTES E INNOVACIÓN

Hace seis años, su hermano la convocó para iniciar una organización interdisciplinaria de investigación centrada en alimentos con él.

«Empezamos a explorar Perú buscando ingredientes diferentes y empezamos a hacer viajes alrededor del territorio peruano. Entonces, elegimos diferentes regiones pensando en poder ampliar el espectro de opciones de ingredientes.»

La verdad, [empezamos] de forma muy ingenua. Y creo que ha sido un poco el espíritu que hay que rescatar: esa ingenuidad de gente curiosa que simplemente quiere saber más por el gusto de saber más y por el placer de después encontrar maneras de visibilizarlo.»

Al principio, eran solo su hermano y ella. El lado científico lo aportaba ella y Virgilio la parte curiosa, la parte que dirigía la exploración de los ingredientes que después se recogían y pasaban a ser parte de una propuesta de cocina.

Después, Mater añadió investigación en biología, ecología y arte.

«En estos últimos seis años, hemos creado ya una estructura de trabajo, una metodología, y nos hemos formalizado más. Entonces, el tema de la interdisciplinariedad ha sido angular en nuestro crecimiento, porque

el convocar a otras disciplinas a mirar lo mismo hace que nuestro trabajo de campo sea mucho más rico».

Por eso, la investigación sobre la cocina del Perú, cuyo objetivo, en un principio, era hacer la cocina más interesante, se convirtió en una tarea de registrar biodiversidad.

Lo que hizo con su hermano es algo “bastante raro” en el Perú, afirma.

«Esto de investigar sobre alimentos en su momento fue muy nuevo y tengo que decir que en Perú no se investiga mucho, no se canalizan muchos fondos hacia la investigación. Muchos académicos en Perú realmente quieren dar a conocer su trabajo, de años en algunos casos, y encuentran que la gastronomía es un vehículo bien fácil. A través de la cocina, se han podido introducir muchos mensajes, mensajes de ecología, mensajes de geografía, mensajes de historia».

La parte de innovación de Mater va por el lado de trasladar esos mensajes a la gastronomía y hacer que sean transformables, que se conviertan en un producto.

«Se pueden hacer trabajos lindos de investigación académica, pero nosotros sentimos que cobra relevancia cuando se convierte en algo que tiene relación con la cocina y que lo puedes mostrar a través de cualquiera de las plataformas que tenemos aquí».

QUIÉNES INFLUYERON EN ELLA

Virgilio, Malena y Pía se inspiran mucho entre sí.

TIPO DE INNOVADOR: CONCEPTUAL

Mater tiene un lado fuertemente conceptual, ya que diseña proyectos gastronómicos a través de teorías e ideas interdisciplinarias. Por ejemplo, tiene un proyecto que trabaja con teñidos con botánicos locales. Los botánicos no necesariamente son para ingerir, nota Malena, sino para teñir lanas.

«Son proyectos que, si bien no están ligados a la gastronomía, encontramos que hay un link, entonces lo jalamos un poco. Pero estamos pensando que la comida también se tiñe en la cocina y entonces de ahí podríamos jalar algunas ideas... Sí importa poner una lana en la mesa, importa poner un textil en la mesa... Entonces creo que esos mensajes son mensajes que, de repente, estamos inyectando en las cabezas de la gente que viene a consumir supuestamente comida.

Nosotros pensamos que no nos centramos solamente en esto que se consume, en esto que se ingiere, sino en pensar en esto que se consume con la cabeza. Muchas de estas cosas son muy conceptuales y podrían ser muy etéreas. Pero, a la hora de seguirlas en la mesa, tienen que ser comprensibles y tienen que ser para el que lo consume algo con lo que se identifica».

En ese sentido, su idea es introducir a las personas a conceptos difíciles a través de lo conocido.

«Un cierto nivel de incomodidad sí es importante. Incomodidad porque no lo conozco. Eso está bien. Eso está justo. Pero tiene que ser en una medida, porque si se excede y comienza a ser incómodo, ya no me gusta, me hace sentir retado. Y a este desafío ya no estoy dispuesto. Entonces se desvirtuó un poquito la experiencia».

TRES PRODUCTOS QUE LLEVARÍA PARA PASAR UN AÑO EN UNA ISLA DESIERTA

A esta pregunta, responde:

«Cacao. Porque me parece que es un producto muy muy versátil. Tendría que decir una raíz o un tubérculo, particularmente, la mashua, porque me parece que concentra mucho, pero además porque es muy identitario. Me parece que las raíces y tubérculos guardan mucho de lo que somos y este nivel de resiliencia, esta cercanía en la tierra, de estar a la altura, pero crecer con mayor potencia. Creo que habla mucho también de lo que necesitamos y queremos ser.

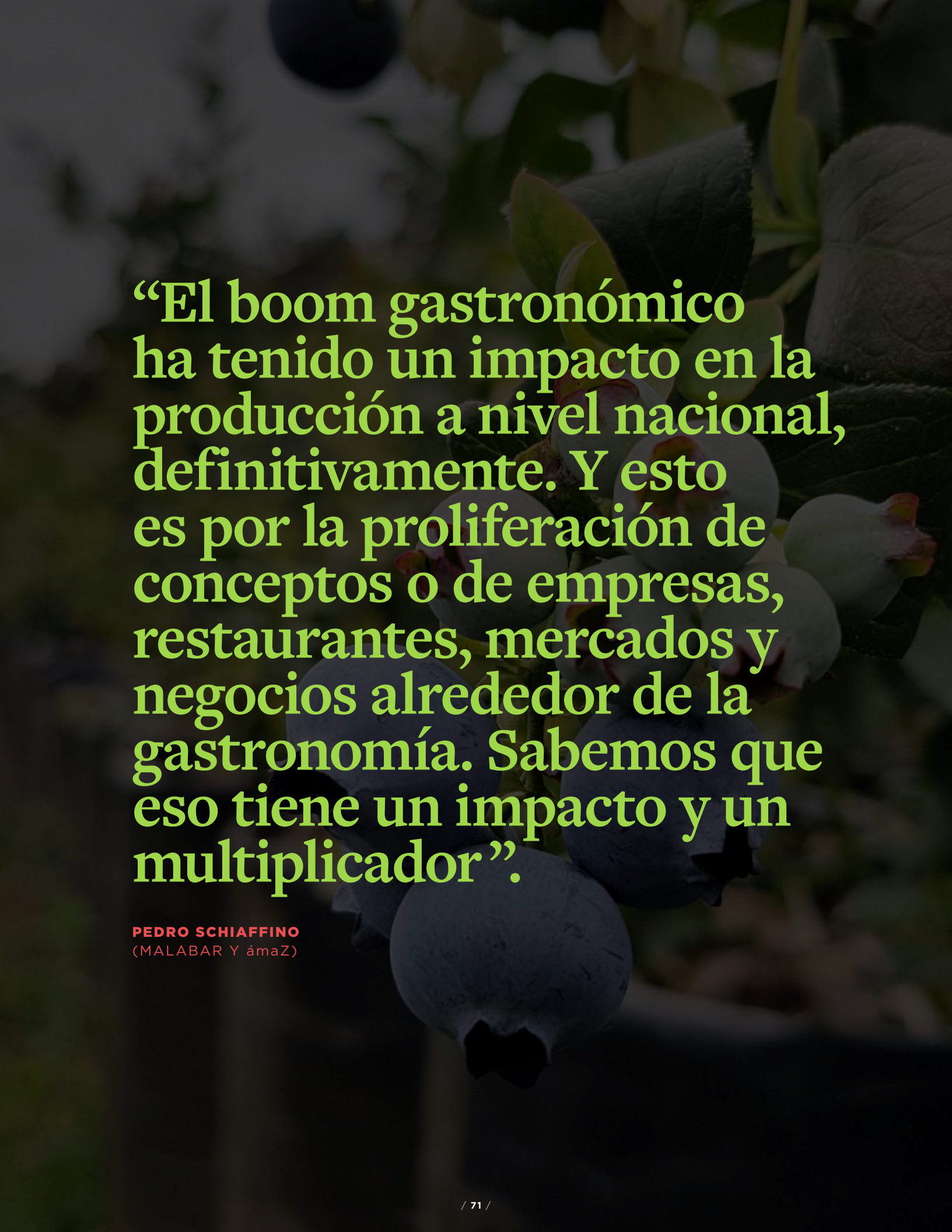
¿Y cuál sería el tercero? Tendría que ser una planta porque el mundo de las plantas y sus usos medicinales para mí son fascinantes. Y elegir una se me hace bastante difícil. Pero tendría que ser la muña, porque me parece de las aromáticas sumamente interesante, con muchas cualidades poco conocidas».

07



Derrame sobre el sector agropecuario





“El boom gastronómico ha tenido un impacto en la producción a nivel nacional, definitivamente. Y esto es por la proliferación de conceptos o de empresas, restaurantes, mercados y negocios alrededor de la gastronomía. Sabemos que eso tiene un impacto y un multiplicador”.

PEDRO SCHIAFFINO
(MALABAR Y ámaZ)

No resulta sencillo determinar de forma rigurosa los efectos que tuvo la revolución gastronómica sobre el sector agropecuario, pero existen varios canales posibles a través de los cuales puede haber beneficiado al sector. En general, hay coincidencia entre los principales actores en que la explosión de la gastronomía peruana produjo una valorización de **insumos tradicionales del Perú a través de la extensión de su mercado, ya que se dieron a conocer y se difundieron a nivel local e internacional.**

Pedro Schiaffino señala que “(...) el boom gastronómico ha tenido un impacto en la producción a nivel nacional, definitivamente. Y esto es por la proliferación de conceptos o de empresas, restaurantes, mercados y negocios alrededor de la gastronomía. Sabemos que eso tiene un impacto y un multiplicador”.

“La papa nativa, de ser desconocida pasó a ser conocida, empezó a estar en los supermercados. Hubo empresas que hicieron chips de papa nativa y se exportan”. Por su parte, Israel Laura refiere: “Antes nadie las quería comer porque eran chiquitas. En cambio, ahora es un producto *prémium*. Ha ido de un extremo al otro [y] cada vez se está produciendo más”. Añade que lo mismo sucede con la quinua.

Mónica Huerta considera que la difusión de la gastronomía peruana generó **una reorientación de la demanda hacia productos agrícolas tradicionales del Perú**, como, por ejemplo, hacia variedades de papas que no eran muy conocidas o productos locales de Arequipa, como la cebolla y el ajo arequipeños. “Te aseguro que, en los últimos diez años, quince años, el limeño, en su imaginario, debe tener por lo menos unas diez o un poco más de variedades [de papa]”, afirma Héctor Solís.

En la misma línea, Malena Martínez destaca que la exposición que produjo la revolución fue sumamente importante tanto para la cultura como para los productores peruanos.

“En su momento, PromPerú y otras entidades empujaron para que se reconociera hacia afuera todos estos valores de productos únicos y esa unicidad. Creo que también

es un factor determinante el sentirnos únicos, porque tenemos realmente productos muy únicos. Tenemos productos que han salido al mundo incluso sin habernos dado cuenta. Somos cuna de muchos productos que hoy el mundo utiliza (la papa, el tomate), pero además de muchas otras variedades que son muy exclusivas y particulares”.

También afirma que la gastronomía tiene un efecto sobre una mayor producción de insumos elaborados que antes. “Hace unos cinco años, estamos comenzando a producir un chocolate de calidad y no teniendo que esperar que venga de fuera. Nos estamos convirtiendo más en estos especialistas que se necesitan para hacer productos de calidad”.

Gastón Acurio considera que **la propagación internacional de la innovación y la calidad de la gastronomía ha desempeñado un papel importante en la prosperidad del sector agrícola** y no coincide con la visión tradicional de promover grandes sectores de *commodities*, como la minería o la producción a gran escala de cultivos transgénicos homogéneos. No porque la cocina vaya a transformar las estructuras económicas del Perú, sino porque, según refiere:

“(...) el ejemplo de cómo, añadiéndole valor agregado a lo que tienes, puedes llevar al mundo oportunidades, puertas y ventanas que se van abriendo, y con eso atraer prosperidad a cualquier actividad que añada valor a partir de la innovación y la creatividad”.

El desafío que plantea la gastronomía basada en insumos artesanales de gran heterogeneidad —y muchos de ellos producidos a baja escala— es tanto **la preservación de los insumos como de las formas tradicionales de producirlos**. La expectativa de Acurio es que se genere un fenómeno similar al que se dio en la región vinícola de Bordeaux, en donde se produjo una enorme valorización de pequeños viñedos con características particulares y únicas que hicieron que fuera rentable su preservación.

“Los campesinos son los guardianes de la biodiversidad —afirma con vehemencia Isabel Álvarez—. No logramos el reconocimiento que debe tener el productor. Sin ellos, no somos nada. No podemos atribuir el éxito de la cocina peruana de los últimos diez años solamente al cocinero”.

La preservación resulta sencilla cuando esta es rentable. Un gran problema que atenta contra la rentabilidad del pequeño productor, señala Malena Martínez, es la cantidad de trámites y regulaciones que impiden la compra directa de insumos a pequeños productores rurales.

“El productor que vive a 4300 msnm, que no necesariamente tiene acceso a un banco, que no se podrá abrir una cuenta o no le beneficia por el tema de tener que bajar a un centro poblado que cuente con una entidad, es un despropósito. Lo que tendría que hacer el Estado es, más bien, promover que uno pueda simplemente adquirir productos y que haya un intercambio sencillo de dinero. Esas trabitas terminan haciendo que la gente se desanime de comprar directamente a un pequeño productor”.

A lo largo de su carrera, Acurio organizó importantes iniciativas para **promover y desarrollar la gastronomía en conjunto con la agropecuaria peruana**, y para consolidar la comunidad gastronómica del Perú. En 2007, fundó APEGA para promocionar al Perú a través de su cocina, sus insumos y sus destinos turísticos. Ese mismo año, fundó, en conjunto con la Fundación Pachacútec, el Instituto de Cocina Pachacútec. También fue el creador de la Feria Gastronómica Internacional de Lima, *Mistura* 2009, una de las ferias gastronómicas más importantes del mundo.

Sin embargo, Acurio refiere:

“Claramente, la tarea no es suficiente, ¿no? Porque nuestra labor original era dar visibilidad al agricultor, pero ahora toca transformar las estructuras sociales del agricultor. Entonces, la reflexión es cómo puede la cocina contribuir a eso, ¿no? En el terreno externo, ¿cómo escalamos esto? Pasamos de cuarenta restaurantes peruanos en el 2004 en el mundo a cuatro mil en el 2019. Pero todavía estamos lejos de los sesenta mil japoneses y los trescientos mil italianos, y es ahí donde está la verdadera transformación económica. Es decir, si hubiese algún día la suerte de ver que en el mundo hay trescientos mil restaurantes peruanos como los italianos y que solamente cada uno de ellos compra un kilogramo de papas nativas al día, son trescientos mil kilogramos al día de papas de lujo que le transforma la vida a por lo menos dos departamentos del Perú”.

“Definitivamente, si hay mercado, el productor innova, produce, mantiene y te da la calidad del producto”, señala Blanca Arce Barbosa, directora ejecutiva del Programa Nacional de Innovación Agraria del INIA. Según ella,

“Perú tiene una apertura muy grande en la gastronomía y eso ha permitido motivar a ciertos productos que estaban ignorados, como son los productos andinos, como son los productos de la selva tropical, porque lo que existía más eran los productos de seguridad alimentaria, los productos convencionales, la canasta familiar”.

La revolución gastronómica peruana fue justamente la que generó un mercado para estos productores, lo que incentivó la adquisición de nuevas tecnologías y la mejora de su producción. En cuanto a otros productos ancestrales, como la quinua, otros tubérculos y granos andinos, señala que se promovieron mucho a partir de los años ochenta. Antes de esa década, eran alimentos solamente andinos. La puesta en valor de productos ancestrales del interior peruano ha llevado a que, en la actualidad, Gastón Acurio e Isabel Álvarez utilicen cortes *gourmet* de cuy —encontrados a través de investigaciones

del INIA— para “hacer platos de cuyes exquisitos, lo que antes no se consumían jamás en Lima”, refiere Arce Barbosa.

Otro magnífico producto de los Andes que se empezó a proveer es el Tarwi, un frijol con 40% de proteína. Arce Barbosa refiere que, desde el INIA, han liberado semillas de variedades de papa, de quinua, de kiwicha, de trigo, de arroz. Actualmente, el INIA tiene investigación y transferencia de tecnología. En la parte de la transferencia, siempre están trabajando con productores porque la investigación que realizan es participativa.

“Se forman cooperativas [de] productores de cacao y empiezan a producir un cacao nativo, y miran el mercado de Suiza para los chocolates porque Suiza pide ese tipo de variedad”, afirma. En este momento, el cacao ecológico y el cacao especializado —para chocolate blanco, por ejemplo— son ejemplos de productos que encontraron maneras de ponerse en valor.

En un mercado más reducido, muchos de los chefs, como Gastón Acurio, Mónica Huerta, Héctor Solís, Virgilio Martínez, Matsufuji, trabajan directamente con el productor. A partir de 1996, Gastón Acurio comenzó una práctica que se reproduce desde entonces y que amplía el nivel gastronómico peruano: **la aproximación y cercanía de manera directa entre el sector gastronómico y los productores de campo** con una modalidad conocida en otros países como *farm to table* (de la granja a la mesa).

A lo largo de los últimos años, Acurio Restaurantes, que aglutina a veinticinco restaurantes de diversas marcas, se ha dedicado a la búsqueda de pequeños agricultores, pescadores y productores para incorporarlos a su cadena de valor. Estos se han convertido en una pieza fundamental para promover el consumo de productos locales en todos sus restaurantes, como la anchoveta, el cacao originario, el maíz morado, la chirimoya, la quinua y el zapallo loche. Su empresa trabaja aproximadamente con treinta productores de carnes, veinte de quinua y cuarenta pescadores, los que se encuentran ubicados en los departamentos de Puno, Abancay, Ancash, Junín y Ayacucho, entre otros.

Héctor Solís relata que él mismo y su cadena de restaurantes siempre han trabajado directamente con los pequeños productores. “No compramos a intermediarios. Compramos directamente al agricultor, por ejemplo, de limón, de la cebolla, de la

yuca, de la papa. Compramos directamente a los pescadores artesanales. No vamos a grandes terminales pesqueras”.

Solís considera que el verdadero boom de la gastronomía se producirá el día en que este desarrollo permita a las familias del campo tener acceso al agua y a la electricidad, se elimine la desnutrición, y se reduzca la pobreza en las áreas rurales. Una profesionalización del trabajo en el campo puede avanzar en este sentido.

“Los elegidos son los hijos, estos herederos de esta gran tradición y esta cultura, que logren trabajar el campo de una manera profesional, que puedan capacitarse y que puedan tener una carrera profesional de calidad, que puedan regresar al campo a aportar lo aprendido. Creo que es muy importante que el legado no se pierda, pero que sea heredado por estos jóvenes profesionalizados. Creo que eso es muy importante”.

Carlos Zambrano, de AGAP, reconoce la importancia que ha tenido la revolución gastronómica liderada por Acurio, pero tiene una mirada totalmente diferente sobre el desarrollo del sector agropecuario, que refleja **la tensión entre el desarrollo a gran escala y el cultivo tradicional**.

“Tenemos una cocina maravillosa que está basada en toda una historia gastronómica y agrícola, y tenemos una gran biodiversidad. Pero esa gran biodiversidad y la forma como la quieren manejar y controlar es a su vez lo que impide gran parte del desarrollo de esto que sería la gastronomía peruana en el mundo... Por ejemplo, nosotros tenemos, en el país, científicos, pero, a nivel legislativo, está la gran decisión de poner una moratoria para trabajar las mejoras genéticas en productos peruanos. Eso lo decidió Gastón Acurio. Dijo que, si venía la modificación genética, se acababa con la gastronomía. Los congresistas, que no entienden nada de nada, dijeron “No” y tenemos una moratoria, y vivimos, pues, atrasados del mundo”.

Un gran desafío que ve Zambrano en colaborar con los pequeños productores peruanos es que muchos trabajan de forma muy informal y no tienen la tecnología o las certificaciones necesarias para ofrecer la trazabilidad que hace falta, lo que limita las posibilidades de desarrollo para exportar a países del mundo desarrollado.

“Las papas maravillosas que tenemos no dan eso porque les falta alguna capacidad de adecuación. Y ahí tenemos algunos conflictos, porque nuevamente está la otra cara de Gastón Acurio y su famosa defensa de la biodiversidad, que para mí es un poco carente de fundamentos. Lo que hace, en muchos casos, tal vez sin quererlo, es mantener determinadas condiciones de pobreza de muchos de los productores locales que tendrían grandes posibilidades de producir mayores cantidades y mejores productos”.

Como ejemplo, señala que el abastecimiento de papas para cadenas de comida rápida como McDonald's y Burger King es importado, “porque las papas originarias del Perú y que se producen en el Andes por los sistemas tan antiguos de producción no resisten determinados controles de calidad, y todos quieren que la papa frita sea de tal tamaño y de tal color cuando se fríe”.

Afirma que hay que mejorar semillas y toda la parte logística, como la conservación del producto. “A veces no llegan a Lima los productos en buen estado. Mucho peor todavía pensar en llevarlo a Estados Unidos”. Como ejemplo de lo que puede ocurrir si el Perú no moderniza su agricultura, menciona la industria del algodón. Señala que el algodón peruano, de hasta siete colores, casi ha desaparecido porque “no se ha hecho trabajo en la mejora de semillas y las semillas traerían la mejora de las cosechas”.

AGAP está conformado, actualmente, por siete gremios: Uva de mesa, Espárrago, Palta, Cítricos, Arándanos, Granada y Mango.⁹ En cuanto a la innovación, destaca a la uva de mesa como ejemplo, para la que Perú es el segundo exportador mundial.

“El Perú hace diez años tenía una oferta de exportación de uva de mesa donde el 80% de la canasta era una variedad de uva. El año pasado hemos exportado más de cincuenta variedades de uva, o sea, la capacidad de innovación, de adaptación que tienen las empresas privadas es alucinante, pero lo hace cada una de ellas y no hay un sistema que logre incorporar esto, y no hay un país que se suba a esto para tomar ese impulso [...]. En el Perú, nadie sabía lo que era un arándano. Hoy en día, somos el primer exportador mundial de arándanos. Nadie en el Perú come arándanos”.

9. Perú es el principal exportador mundial de quinua, espárragos y arándanos; es el segundo en uvas de mesa, el tercero en paltas, el cuarto en mangos y el octavo en café.

08



El papel de las instituciones



«En nuestros países, de alguna forma, somos muy frágiles en nuestras instituciones. Los que mandan en las instituciones son las personas que están en ese momento y lo que pueden hacer o quieren o no quieren hacer. Entonces, hacer una política de Estado al respecto es sumamente complicado... No estoy hablando del Perú solamente. Me parece que es casi común de Latinoamérica. Es muy difícil hacer una política de Estado que sea un plan de veinte años, pero se debería poder»— señalaba **Bernardo Roca Rey**.

En un tono similar, **Carlos Zamorano (de AGAP)** lamenta la falta de políticas de Estado en Perú sobre el tema de la agricultura.

«Tenemos un país donde los ministros de Agricultura no terminan de entender que son ministros absolutamente centrales en el desarrollo del país, ministros que tienen que sentarse con el ministro de Transportes y Comunicaciones para diseñar la integración del país, para poner en conexión los polos de la agricultura. Permitir inclusive el intercambio o la venta dentro del país. Sacar un contenedor de la Puna y traerlo a Lima es más complicado que llevarlo de aquí a Corea. Y más caro todavía».

Pedro Schiaffino es aún más contundente. El problema, según su opinión, es que el Estado no funciona y no hace el esfuerzo de adquirir el conocimiento para poder entender y después operar para hacer el trabajo. “Es increíble cómo el Estado todavía no valora al poblador amazónico. Y nunca ha hecho el esfuerzo por entender su tradición, su historia, su estilo de vida y, de alguna manera, promover y valorarlo”.

Para varios líderes de la revolución gastronómica peruana, el ejemplo por excelencia del problema es la visión sobre la materia prima. Desde el punto de vista de **Gastón Acurio**, las instituciones peruanas como el INIA se han equivocado en buscar desarrollo y riqueza en cultivos anónimos internacionales en vez de promocionar la riqueza autóctona peruana. Sostiene:

«En el INIA, existe la corriente mayoritaria de que los transgénicos son una salvación para el Perú; que, por ejemplo, las papas transgénicas van a ayudar a mejorar la rentabilidad y la productividad de los pequeños agricultores en el campo peruano papero. El peligro

en esta mirada del INIA es que se traiga la papa 58 de algún lugar del mundo y que esa sea la papa que se siembra en todo el Perú, con una pérdida cultural y una pérdida económica de un potencial grande porque esa es una papa genérica y además viene subsidiada».

Este es un punto de vista que comparte **Flavio Solórzano**, quien cree que los Gobiernos regionales y el Gobierno nacional, generalmente, apuestan por soluciones tecnológicas que, finalmente, terminan afectando negativamente la tierra y a los agricultores. Considera que las instituciones como el Ministerio de Agricultura dejan entrar los transgénicos sin entender sus efectos en agricultura y en el medioambiente. Refiere:

«No se toman el trabajo de ponerse en los zapatos del agricultor. Son miles de años de trabajo, miles. Y en esta discusión ellos —los agricultores— no están incluidos. “No, no, no, esto es una discusión de científicos. Aquí tú no; tú eres un campesino”».

Sin embargo, no todos están de acuerdo con esta corriente. **Carlos Zamorano** señala al respecto:

«Si uno tiene el mapa de la pobreza en el Perú, es un mapa que coincide dramáticamente con el mapa de agricultura tradicional. No se dan cuenta de que lo que les cuesta producir la papa no se lo pagan. Cada vez que venden un kilo de papa, pierden plata. Quieren producir más, más producen, más pobres son».

Otros miembros del ala innovadora de la gastronomía peruana subrayan la falta de comunicación con el sector como el principal mal actual. Según el *sommelier* **Joseph Ruiz**, las instituciones no escuchan a los integrantes del sector gastronómico y estos no saben cómo llegar a las entidades o a quienes toman las decisiones para mejorar los productos.

En la misma línea, **Malena Martínez** resalta que la rigidez de las instituciones peruanas hace difícil el trabajo con Mater.

«Nos hemos acercado a entidades e instituciones, universidades públicas y universidades privadas. Pero, lamentablemente, tienen un nivel de burocracia tan complejo que son pocas las acciones que se logran concretar. Esa es una lástima».

También refiere que hasta los institutos dedicados a innovación agraria específicamente, como el INIA, tienen el mismo problema.

«Siendo un instituto de innovación agraria, [el INIA] debería ser el que tiene un vínculo muy cercano con la gastronomía porque estamos necesariamente relacionados. Sin embargo, el tema burocrático entorpece mucho. Entorpece mucho que se puedan sacar acciones adelante. Nuestra experiencia con el INIA, por ejemplo, es muchas reuniones y pocas cosas que se concretan».

Dicho esto, hay algunas iniciativas privadas que sí han ayudado mucho en la reimaginación del sector —más notablemente, la feria gastronómica Mistura—. Según **Isabel Álvarez Novoa**, “la feria de Mistura dio para mucho porque generó la presencia y reconocimiento de los pequeños agricultores que viajaban a Lima”. **Mitsuharu “Micha” Tsumura** está de acuerdo con esta afirmación.

«Fue la vitrina de Perú al mundo. Fue el evento que hizo que Perú se conociera afuera. Hizo que el turismo aumentara muchísimo. Eso hizo que las empresas, que los bancos, que las cerveceras, que muchas compañías que nunca te hubieras imaginado que iban a invertir en publicidad con cocineros, en cocina, con agricultores, con cocineras de anticuchos en las calles, hoy en día se vuelvan parte del sueño y motivo de orgullo de los peruanos».

Sin embargo, a pesar de todos los problemas, el panorama no es negativo en absoluto. Desde las instituciones reconocen que faltan mejoras para que avance aún más el Perú.

El INIA es el ente rector del Sistema Nacional de Innovación Agraria. Como Organismo Técnico Especializado (OTE) adscrito al Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), contribuye al crecimiento económico equitativo, competitivo y sostenible a través de la provisión de servicios especializados (investigación y transferencia de tecnología) en materia de innovación agraria.

Blanca Arce Barbosa lamenta que el INIA tenga muy poco presupuesto y considera que la inversión en investigación y desarrollo es algo que está faltando. “El Gobierno les da muy poco dinero. Muy pocos invierten en investigación, menos se invierte en innovación agraria”. En el Perú, simplemente no se le da la debida importancia a la innovación agraria. Refiere que “el presupuesto en Latinoamérica más bajo de investigación e innovación es en Perú. Colombia y Chile tienen más presupuesto”. Añade que, en la década del ochenta, el INIA tenía un buen presupuesto y posicionamiento.

«Lo que ha sucedido en los últimos años es que, al no tener presupuesto, tiene recursos humanos muy bajos, recursos humanos no formados con las capacidades más relevantes profesionalmente. Hoy en día, [quienes lo están] ya se están jubilando y no tienes relevo generacional».

Al fin y al cabo, este reconocimiento del problema puede ser el primer paso hacia una mejora sustancial.

“El tema institucional es clave”, refiere **Miguel Ordinola del Centro Internacional de la Papa (CIP)**, un organismo de investigación fundado en 1971 para el desarrollo con un enfoque en papa, camote y raíces y tubérculos andinos. Con sede en Lima, Perú, el CIP tiene presencia en la investigación en más de veinte países de África, Asia y América Latina. “Claro que lo tecnológico, lo comercial son superclave. Pero lo institucional, para el caso particular del Perú, tendría que mirarse de una manera más profunda. No podemos tener todo tan desarticulado”.

Por su parte el **Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú (SENASA)** es la instrucción responsable de proteger al país del ingreso de plagas y enfermedades, para preservar su riqueza agrícola y ganadera. Además, es el ente encargado de velar por la inocuidad de los productos primarios, permitiendo que consumidores peruanos y del mundo puedan disfrutar de alimentos sanos e inocuos. El SENASA a través de las múltiples campañas de mosca de la fruta que ha desarrollado en los últimos 20 años, así como su trabajo apoyando a los agroexportadores en su rol de fiscalizador, ha contribuido directamente con la transformación del sector agrario y con el boom de las agroexportaciones evidenciado en las últimas décadas. El exitoso trabajo desarrollado por el SENASA del Perú, ha hecho que se convierta en una institución de referencia a nivel regional para demás organismos nacionales de protección fitosanitaria.”

09

—

Encuesta a productores agropecuarios



“Extraordinarios agricultores (los antiguos peruanos), su aporte a la humanidad es incalculable. Dominaron los tubérculos genéticamente, desarrollando ciento de variedades de papas, ocas, camotes... Encontraron su fuente de proteína en la quinua, la kiwicha y el maíz, y les dieron alegría a sus sabores con el ají, la vainilla, el molle y el huacatay. Con todo aquello y, sin saberlo, fueron construyendo el futuro de lo que hoy constituye la base fundamental de la gastronomía internacional ”.

GASTÓN ACURIO (ACURIO, 2002)

Se realizó una encuesta a ciento treinta productores agropecuarios **con el objetivo de entender su visión y conocimiento de la revolución gastronómica, identificar cómo respondieron a los cambios generados por esta y aprender sobre su valoración de la preservación de productos agropecuarios tradicionales y la producción de calidad.**

La encuesta¹⁰ se realizó durante julio y agosto de 2021. Se encuestaron a diez productores de cada una de las siguientes regiones: Amazonas, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Loreto, Piura, Puno, San Martín y Ucayali. Los productores incluidos en la muestra eran pequeños productores agropecuarios con una explotación promedio de 0,9 ha que formaban parte de las cadenas de valor que proveen los insumos de la gastronomía. El 55% de los productores se dedicaba a la producción agrícola; el 43%, producción agropecuaria, y el 2%, a productos pecuarios

exclusivamente. Sus productos incluían cacao, café, quinua, papa, maíz amarillo duro, cuy, fibra de camélido, carne de camélido, carne de vacuno y leche de vaca. En su gran mayoría, los productores estaban familiarizados con el INIA. El 77% de los productores encuestados adoptó tecnologías del INIA en los últimos tres años y el 31% poseía el secundario completo o un nivel educativo mayor. Cabe resaltar que se trata de una encuesta pequeña y, por tanto, no se espera que sea representativa de todos los productores en la región. En la Tabla A1 del anexo se presentan los resultados.

Uno de los propósitos principales de la encuesta fue averiguar sobre el conocimiento de los productores respecto de los cambios en la gastronomía y su impacto sobre su producción. Notablemente, el 53% del total de los productores tenía conocimiento de la revolución gastronómica peruana. Si bien el 83% consideró que esta no los afectaba de ninguna manera, un 40% señaló que generó un cambio en lo que se producía en el sector agropecuario. Es importante notar que, aun cuando los productores no estuvieran al tanto de los cambios que se produjeron, pueden haber respondido y actuado a través de las señales de los precios. (Figura 5)

10. Realizada en el marco de la encuesta “Mejoramiento de los Servicios Estratégicos de Innovación Agraria”, que corresponde a una muestra de los productores beneficiarios del Programa Nacional de Innovación Agraria del INIA, un programa de adopción de tecnologías y buenas prácticas agropecuarias.

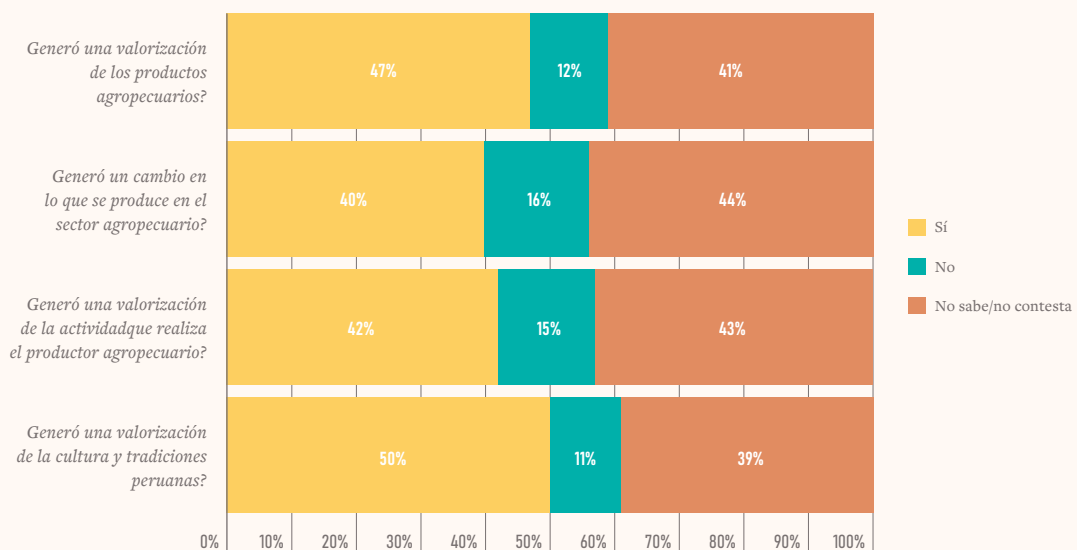
FIGURA 5. CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTORES SOBRE LA REVOLUCIÓN GASTRONÓMICA DEL PERÚ



Fuente: Encuesta a productores agropecuarios beneficiarios del PNIA/INIA.

FIGURA 6. PERCEPCIÓN DE LOS PRODUCTORES DEL IMPACTO DEL DESARROLLO DE LA GASTRONOMÍA PERUANA

Usted considera que el desarrollo de la gastronomía peruana...



Fuente: Encuesta a productores agropecuarios beneficiarios del PNIA/INIA.

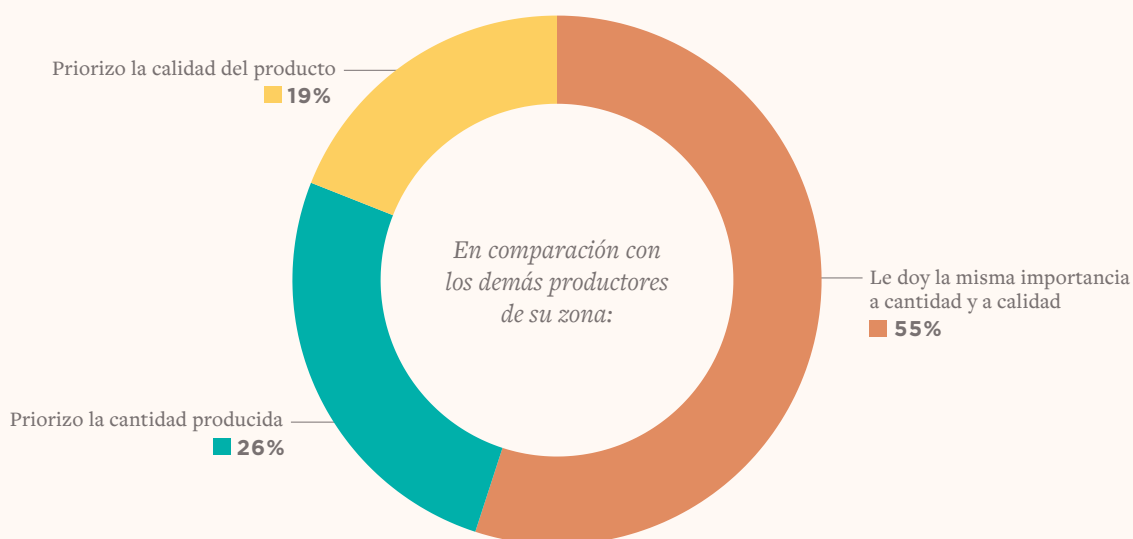
En general, entre los productores existía una percepción positiva sobre los cambios en la gastronomía. La mayoría de los productores que estaba al tanto de ésta consideraban que permitió una valorización de los productos agropecuarios, de la actividad que realiza el productor agropecuario y de la cultura y tradiciones peruanas. (Figura 6)

Muy pocos de los productores que fueron encuestados eran proveedores de un restaurante. El 4% de los productores era proveedor directo de algún restaurante. Estos producen en las regiones de Junín, Ayacucho y San Martín, y, en su mayoría (60%), priorizaban tanto la cantidad como la calidad. Solo el 0,8% del total de los productores continuaba siendo proveedor directo de un restaurante y producía en Junín.

En las secciones anteriores, se expuso la gran valoración que los chefs dan a los productos tradicionales por su diversidad y calidad, base de esta nueva gastronomía. La idea fundamental es que el aumento de los ingresos del productor se debe dar a partir de la calidad de su producto y no exclusivamente a partir del aumento de la cantidad.

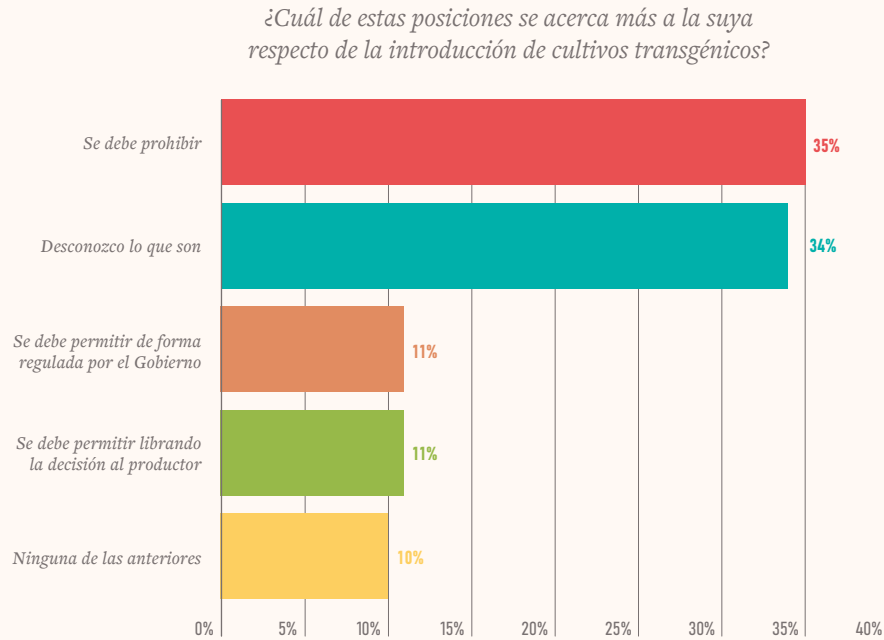
En los resultados de la encuesta se reveló que los productores consideraban que ese era el enfoque adecuado y lo practicaban. El 67% del total refirió priorizar la producción de productos agropecuarios tradicionales de su región. Con respecto al *trade-off* entre calidad y cantidad, el 19% refirió priorizar la calidad del producto, mientras que el 55% le asignó la misma importancia a la cantidad como a la calidad del producto. (Figura 7)

FIGURA 7. PRIORIDADES DE LOS PRODUCTORES SOBRE LA CANTIDAD Y LA CALIDAD DE LA PRODUCCIÓN



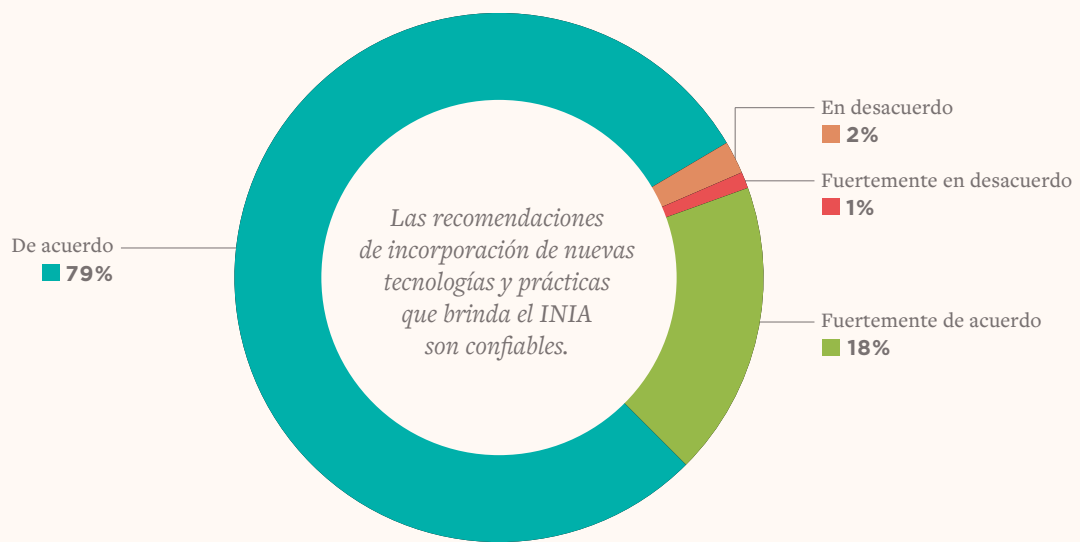
Fuente: Encuesta a productores agropecuarios beneficiarios del PNIA/INIA.

FIGURA 8. POSICIÓN DE LOS PRODUCTORES SOBRE LA INTRODUCCIÓN DE CULTIVOS TRANSGÉNICOS



Fuente: Encuesta a productores agropecuarios beneficiarios del PNIA/INIA.

FIGURA 9. CONFIABILIDAD DE LAS RECOMENDACIONES SOBRE INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍA Y NUEVAS PRÁCTICAS QUE BRINDA EL INIA



Fuente: Encuesta a productores agropecuarios beneficiarios del PNIA/INIA.

Al igual que otros chefs, Gastón Acurio considera que un desarrollo agresivo de los cultivos transgénicos puede llegar a ser negativo para el desarrollo agrícola y económico del Perú. Un 35% de los encuestados refirió que consideraba que el Gobierno debía prohibir la introducción de cultivos transgénicos. Un dato de importancia que se reveló en la encuesta es que cerca de un tercio de los productores desconocía el tema. Una minoría (22%) consideraba que se debía permitir su desarrollo. De este porcentaje, la mitad consideraba que se debía hacer, pero de forma regulada por el Estado, y la otra mitad consideraba que se debía dejar decidir al productor. Los productores que favorecieron la introducción de transgénicos de forma desregulada tenían, en promedio, explotaciones de mayor tamaño que los que se opusieron. Los productores más pequeños, en general, refirieron desconocer los cultivos transgénicos o se opusieron a su introducción. (Figura 8)

La difusión de la tecnología y de nuevas prácticas es de fundamental importancia para el desarrollo agropecuario. En la encuesta se reveló que, prácticamente, todos los encuestados coincidían en que las recomendaciones del INIA al respecto eran confiables, al igual que las de los proveedores y de otros productores. (Figura 9)

En resumen, en los resultados de la encuesta se reveló **una percepción positiva de los productores en torno al impacto que los cambios en la gastronomía peruana habían generado sobre el sector agropecuario**, incluyendo un impacto positivo sobre distintos aspectos clave para la seguridad alimentaria, como el desarrollo de buenas prácticas agropecuarias, el foco en la mejora de la cantidad producida, pero sin descuidar la calidad, y la búsqueda de la preservación y mejora de los productos agropecuarios tradicionales.

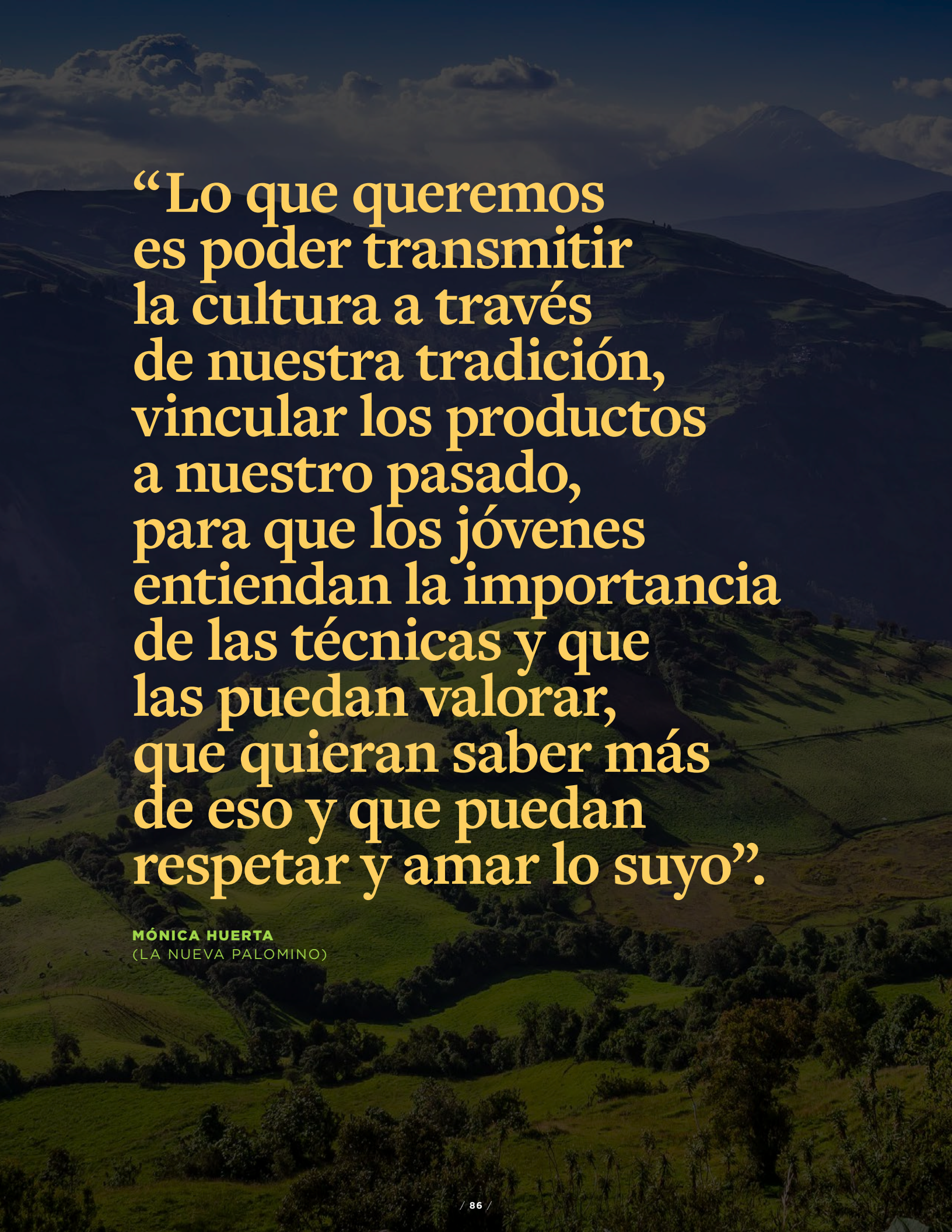


10

—

Lecciones del estudio





“Lo que queremos es poder transmitir la cultura a través de nuestra tradición, vincular los productos a nuestro pasado, para que los jóvenes entiendan la importancia de las técnicas y que las puedan valorar, que quieran saber más de eso y que puedan respetar y amar lo suyo”.

MÓNICA HUERTA
(LA NUEVA PALOMINO)



El desarrollo de la **gastronomía peruana** brinda una gran oportunidad para aprender sobre el proceso de innovación y desarrollo económico. A partir de su estudio utilizando como marco de análisis la economía de la creatividad, resultaron algunos hechos estilizados:

a) El surgimiento y la aparición de la gastronomía peruana en el mercado internacional se produjo mediante una reconversión que combinó lo autóctono con lo foráneo. Esta estuvo basada en la innovación orientada a la puesta en valor de su cocina aplicando técnicas de la alta cocina internacional apoyada en la identidad, la diversidad cultural y la biodiversidad del Perú.

b) El desarrollo de la gastronomía peruana fue un proceso dinámico que combinó innovaciones conceptuales y experimentales en una búsqueda de diferenciación motivada por los incentivos del mercado. En una primera etapa, se produjo una diferenciación a nivel agregado en la que se revalorizó y distinguió la gastronomía peruana. Dentro de esta nueva categoría de cocina, también se produjo una diferenciación entre los distintos chefs que redescubrieron y modernizaron las cocinas regionales y el uso de insumos autóctonos, lo que hizo crecer y reforzó consecuentemente a esta nueva categoría de cocina internacional.

c) La diferenciación a partir de la cultura le permitió, a la cocina peruana, apropiarse del retorno a la innovación a nivel del sector en el mercado local

e internacional, y la diferenciación entre chefs le permitió apropiarse del retorno dentro del sector. La expansión internacional del tamaño del mercado a través de la marca Perú le permitió generar y sostener una gran variedad de cocinas, consecuencia de las ganancias de la especialización.

d) Gastón Acurio es el pionero del desarrollo de la gastronomía del Perú. Su enfoque experimental y su concepción de la cocina como una tarea de investigación lo llevaron a descubrir una nueva manera de elaborar y promocionar la cocina del Perú. Acurio renovó la cocina peruana y le abrió así el camino a una generación notable de chefs peruanos, como Virgilio Martínez, Micha, Pedro Schiaffino, Toshi y Héctor Solís. Todos ellos reconocen su deuda con él y lo consideran el edificador y líder de su comunidad.

e) El turismo internacional tuvo un impacto significativo sobre el desarrollo de la gastronomía. Entre los años 2004 y 2019, la cantidad de turistas internacionales pasó de 1,3 a 4,4 millones de personas (Mincetur, 2019). A través de la mayor demanda que generó y del cambio que produjo en esta, el turismo potenció el desarrollo de la nueva gastronomía peruana y la transformó en una atracción en sí misma.

El enfoque Galenson-Romer brinda un marco económico para analizar el desarrollo de la innovación y el conocimiento. La clasificación de Galenson combinada con la idea de Romer de que los incentivos para la innovación son importantes brinda una guía para el diseño de políticas públicas. Las principales **lecciones de políticas públicas** que surgen del análisis son las siguientes:

1.

Favorecer (no obstaculizar) la inversión en capital humano en el exterior, tanto para la educación formal como para el entrenamiento en el trabajo.

Un elemento en común que tiene la mayoría de los chefs que revolucionaron la cocina peruana es que se formaron en las mejores escuelas de cocina del mundo y realizaron experiencias laborales en los mejores restaurantes del mundo. Esta importación de capital humano les permitió renovar el sector gastronómico peruano y difundirlo a nivel internacional.

2.

Favorecer (no obstaculizar) el turismo interno e internacional.

Hasta la llegada de la pandemia de la COVID-19 en marzo de 2020, el turismo gastronómico era considerado una de las mayores atracciones turísticas del Perú. La diferenciación de la gastronomía a través de su identidad cultural le ha permitido complementarse con otras grandes atracciones turísticas, como Machu Picchu, sus paisajes y su arte, lo que potencia aún más los atractivos turísticos del Perú y el desarrollo de la gastronomía. Teniendo en cuenta que la pandemia no ha modificado los grandes atributos turísticos que ofrece el Perú ni la identidad ni el atractivo de su cocina, la recuperación del turismo y su crecimiento plantea un gran desafío a futuro en cuanto a la política de apertura y facilitación del turismo tanto a nivel interno como internacional.

3.

Brindar un marco económico estable y flexible que facilite la inversión y el derrame entre distintos sectores, lo que impacta de forma indirecta sobre la seguridad alimentaria.

La estabilidad económica del Perú creó un mercado atractivo para que regresaran los chefs peruanos y realizaran inversiones e innovaciones utilizando el capital humano adquirido en el exterior. Los desarrollos creativos de cada uno de los chefs tuvieron efectos dentro del sector gastronómico y sobre otros sectores, como el turismo y el sector agropecuario. De acuerdo con la encuesta realizada para este informe, un 40% de los productores agropecuarios considera que la revolución gastronómica generó un cambio en lo que se producía en el sector agropecuario y la mayoría de los productores que estaban al tanto de esta considera que ha permitido una valorización de los productos, de la actividad que realiza el productor agropecuario y de la cultura y las tradiciones peruanas. Este impacto positivo sobre el sector agropecuario contribuye a la seguridad alimentaria a través del fortalecimiento y la mejora de la calidad y la variedad de la producción agropecuaria.

4.**Facilitar (no obstaculizar) el desarrollo de comunidades donde se comparte el conocimiento en todos los niveles y se potencia el derrame dentro del sector.**

La conexión entre la identidad cultural peruana y la gastronomía que visualiza y pone en práctica Gastón Acurio produce un nuevo recurso de uso común: la marca Perú. A través de asociaciones y del desarrollo de una comunidad de chefs y otros actores del sector, se generan incentivos para compartir conocimiento y desarrollar a nivel local e internacional la gastronomía peruana.

5.**Facilitar (no obstaculizar) la conexión entre los productores agropecuarios y el mercado final por el producto para facilitar el desarrollo del productor y su consecuente contribución a la seguridad alimentaria.**

Los actores del sector entrevistados manifestaron las dificultades burocráticas y de infraestructura que enfrentan para poder comerciar con los pequeños productores agropecuarios de forma directa.

Una iniciativa exitosa que facilitó esta conexión fue la feria Mistura.

El desarrollo del pequeño productor a través de buenas prácticas agropecuarias, de la mejora de la cantidad de la producción, pero sin descuidar la calidad, y la búsqueda de la mejora de los productos agropecuarios tradicionales es un factor que contribuye de forma directa a la seguridad alimentaria.

6.**Fortalecimiento de las instituciones vinculadas con el sector agropecuario y de su comunicación con los distintos sectores, en particular, el sector gastronómico.**

Si bien las instituciones han desempeñado un papel importante en el proceso de desarrollo que se generó a partir de la revolución gastronómica, en general, los actores de este sector coinciden en que se deben fortalecer las instituciones que trabajan sobre el sector agropecuario, como el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, y el INIA. Esto permitiría que se desarrollen políticas estables con una visión a mediano plazo y una mayor coordinación entre instituciones para hacer más efectivas las medidas puestas en práctica.

Al mismo tiempo, se señala que el fortalecimiento institucional debería apuntar a flexibilizar las instituciones y a hacerlas menos burocráticas para facilitar el trabajo en conjunto con el sector privado. La mejor comunicación entre las instituciones y los distintos actores del sector resulta fundamental para el establecimiento de una política conveniente para el desarrollo agropecuario sobre los cultivos transgénicos, sobre todo, teniendo en cuenta las posiciones encontradas de los actores referentes del sector gastronómico preocupados por mantener la biodiversidad, los agroexportadores y los organismos públicos y privados del sector agropecuario, que ponderan las mejoras de productividad y la producción a escala. Tanto la preservación de la biodiversidad como las mejoras en la productividad hacen a la seguridad alimentaria, por lo que establecer una política conveniente al respecto resulta de suma importancia. A esto se suma el desconocimiento sobre el tema de más de un tercio de los productores encuestados.

Referencias

- **Acurio, G.** 2002. *Perú. Una aventura culinaria*. BONUS.
- --- 2015. *Cebiche Power*. PLANETA.
- **Al Jazeera English.** 2017. *Lima: La revolución alimentaria en Perú – Street Food*. [YouTube]. <https://www.youtube.com/watch?v=xgINFGDJ5cc&t=539s>
- **Becker, G. S.** 2005. *DeLamater Lectures on Economics Growth* (notas inéditas).
- **Braguinsky, S., Atsushi Ohyama, T. O. y Syverson, C.** 2020. Product Innovation, Product Diversification, and Firm Growth: Evidence from Japan's Early Industrialization. *NBER Working Paper* N.o 26665.
- **Cézanne, P.** 1902. *Le Mont Sainte Victoire*. Philadelphia Museum of Art. <https://www.philamuseum.org/collection/object/102997>
- **del Río, A.** 2018. "Quién es Micha, el mejor chef de Latinoamérica". *El Cronista*, 4 de junio de 2018.
- **Elías, J.** 2014. Planificadores versus improvisadores. *La Gaceta de Tucumán*, 14 de diciembre de 2014.
- **Elías, J., García, A., Ferro, G., De Salvo, C. P.** 2020. *Análisis sobre el conocimiento y la innovación en el sector vitivinícola en Argentina (monografía)*. BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO.
- **Elías, J., Ferro, G. y García, A.** 2019. *A Quest for Quality: Creativity and Innovation in Argentina's Wine Industry*. AMERICAN ASSOCIATION OF WINE ECONOMISTS (AAWE), 13.a Conferencia Annual, Vienna, julio 14-18.
- **Elías, J. y Ferro, G.** 2018. *Innovators and Innovations in High Quality Wines of Argentina*. CEMA Working Papers: Serie Documentos de Trabajo, 651. UNIVERSIDAD DEL CEMA.
- **Galenson, D. W.** 2007. *Old Masters and Young Geniuses: The Two Life Cycles of Artistic Creativity*. PRINCETON UNIVERSITY PRESS.
- --- 2009. *Conceptual Revolutions in Twentieth-Century Art*. CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS.
- **Galenson, D. W.** 2012. *Understanding the Creativity of Scientists and Entrepreneurs*. CONFERENCIA EN LA UNIVERSIDAD DEL CEMA.
- *Gastón Acurio: el chef peruano que ha conquistado el mundo*. 2019. PANAMERICANWORLD.COM.
- **Glaeser, E. L.** 2022. *Urban resilience*. *Urban Studies*, 59(1):3-35.
- **Informe Anual del Empleo en Perú 2020**. 2021. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú.
- **Ipsos.** *Informe de Opinión: Identidad Cultural*. 2020.
- **Isaacson, W.** 2011. *Steve Jobs*. VINTAGE ESPAÑOL.
- *Isabel Álvarez Novoa: "Hay que enseñar historia de la cocina en las universidades"*. 2020. PALABRAS. <http://www.palabras.com.ar/notas/isabel-alvarez-novoa-hay-que-ensenar-historia-de-la-cocina-en-las-universidades/>
- **Instituto Nacional de Estadística e Informática.** s. f. *Sistema de Información Económica. Principales Indicadores Macroeconómicos. Cuentas Nacionales Anuales*. <https://www.inei.gov.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>
- **Joseph Ruiz Acosta, Sumiller.** 2019. *Cepas y Vinos*, 8 de noviembre de 2019.
- **Kahlo, F.** 1942. *Autorretrato con chango y loro*. MALBA. <https://coleccion.malba.org.ar/autorretrato-con-chango-y-loro/>
- *La ancestral chicha de guiñapo: puro sabor arequipeño*. 2018. COSAS, 14 de agosto de 2018. <https://cosas.pe/lifestyle/133534/la-ancestral-chicha-de-guinapo-puro-sabor-arequipeno/>
- **Lipkowitz, D.** 2011. *The Lego Ideas Book*. DK CHILDREN.

- **Masías, J.** *Toshi Matsufuji es la última gran estrella peruana en Netflix*. 2020. COSAS, 20 de julio de 2020. <https://cosas.pe/lifestyle/187412/toshi-matsufuji-es-la-ultima-gran-estrella-peruana-en-netflix/>
- **Martínez, V. y Bianchi, L.** 2015. *Lima: Cocina peruana*. NEO PERSON.
- **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (Mincetur)**. s. f. *Datos de Turismo*. Sistema de Información Estadística de Turismo. <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content1.html>
- **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú**. 2019. *Nivel de satisfacción del turista nacional y extranjero que visita Lima*.
- **O'Boyle, B.** 2016. *AQ Top 5 de Chefs Jóvenes: Israel Laura*. AMERICAS QUARTERLY, 10(2).
- **O'Keeffe, G.** 1941. *An Orchid*. MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/37328>
- **Ortega, A.** 2019. *Ingredientes para Emprender: La historia del Chef más famoso del Perú*. BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. <https://www.iadb.org/es/mejorandovidas/ingredientes-para-emprender-la-historia-del-chef-mas-famoso-de-peru>
- **Picasso, P.** 1907. *Les Demoiselles d'Avignon*. MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/79766>
- **Polany, M.** 1998. *Personal Knowledge. Towards a Post-Critical Philosophy*. ROUTLEDGE.
- **Recavarren, I.** 2019. *Conozcamos a José del Castillo*. REVISTA PANORÁMICA.
- **Romer, P. M.** 2020. *Prize Lecture: On the Possibility of Progress*. NOBEL MEDIA AB 2020.
- --- 1990. *Endogenous Technological Change*. JOURNAL OF POLITICAL ECONOMY, 98(5):71-102.
- **Sifuentes, C.** 2019. *Biografía del chef Héctor Solís*. ESPAÑOL, 1 de noviembre de 2019.
- **Vargas Llosa, M.** 2009. *El sueño del "chef"*. EL PAÍS, 21 de marzo de 2009.
- **Yunus, M.** 2003. *Banker to the Poor*. PUBLIC AFFAIRS.

Anexo

TABLA A1: ENCUESTA SOBRE INNOVACIÓN A PRODUCTORES AGROPECUARIOS
A. IMPACTO Y CONOCIMIENTO DE LA REVOLUCIÓN GASTRONÓMICA DEL PERÚ

1. En los últimos veinte años, hubo grandes cambios en la gastronomía del Perú. Estos cambios permitieron revalorizar la gastronomía peruana, transformarla en un atractivo turístico y posicionarla a nivel internacional, de una manera que le ha permitido competir directamente con las gastronomías ya internacionalizadas como son la francesa, la italiana, la japonesa y la china. Por favor, seleccione a continuación para cada apartado cuál sentencia se ajusta mejor a su opinión al respecto:	
1a. Conocimiento de la revolución gastronómica peruana	
No estaba al tanto de que se produjeron grandes cambios en la gastronomía del Perú.	47%
Estaba muy al tanto de que se produjeron grandes cambios en la gastronomía del Perú.	11%
Estaba al tanto, pero desconozco mayores detalles.	42%
1b. Impacto de la revolución gastronómica peruana	
Los cambios en la gastronomía peruana me llevaron a mejorar la producción.	11%
Los cambios en la gastronomía peruana afectaron negativamente mi producción.	5%
Los cambios en la gastronomía peruana no me afectaron de ninguna manera.	83%
1c. Si en el apartado anterior (apartado b) optó por la primera sentencia, seleccione todo lo que corresponda de las siguientes opciones:	
Los cambios en la gastronomía peruana me permitieron orientarme a mejorar la calidad del producto.	73%
Los cambios en la gastronomía peruana me permitieron aumentar la producción.	13%
Los cambios en la gastronomía peruana me permitieron incorporar nuevas tecnologías.	7%
Los cambios en la gastronomía peruana me permitieron continuar con la producción de cultivos y productos tradicionales de la región.	13%
Los cambios en la gastronomía peruana me permitieron volver a producir cultivos y productos tradicionales de la región.	7%
Los cambios en la gastronomía peruana me permitieron exportar parte o la totalidad de mi producción.	7%
2. ¿Usted considera que el desarrollo de la gastronomía peruana generó una valorización de los productos agropecuarios?	
Sí	47%
No	12%
No sabe/no contesta	41%
3. ¿Usted considera que el desarrollo de la gastronomía peruana generó un cambio en lo que se produce en el sector agropecuario?	
Sí	40%
No	16%
No sabe/no contesta	44%
4. ¿Usted considera que el desarrollo de la gastronomía peruana generó una valorización de la actividad que realiza el productor agropecuario?	
Sí	42%
No	15%
No sabe/no contesta	43%
5. ¿Usted considera que el desarrollo de la gastronomía peruana generó una valorización de la cultura y tradiciones peruanas?	
Sí	50%
No	11%
No sabe/no contesta	39%
6. En los últimos diez años, ¿usted ha sido alguna vez proveedor directo de algún restaurante?	
Sí, y actualmente soy proveedor directo de un único restaurante.	1%
Sí, y actualmente soy proveedor directo de varios restaurantes.	0%
Sí, pero actualmente no soy proveedor directo de algún restaurante.	3%
No, nunca he sido proveedor de un restaurante.	96%
7. En caso de que haya sido proveedor directo de un restaurante, ¿ha tenido algún pedido especial o recomendaciones de parte del restaurante de introducir cambios en los productos que usted produce?	
Sí	8%
No	92%

B. ENFOQUE A LA PRODUCCIÓN, PRESERVACIÓN DE PRODUCTOS TRADICIONALES Y ACTITUD SOBRE LOS CULTIVOS TRANSGÉNICOS

8. Objetivos en la producción. En comparación con los demás productores de su zona, ¿es usted un productor que prioriza la cantidad producida o un productor que prioriza la calidad del producto?	
<i>En comparación con los demás productores, priorizo, sobre todo, la cantidad producida.</i>	26%
<i>En comparación con los demás productores, priorizo, sobre todo, la calidad del producto.</i>	19%
<i>En comparación con los demás productores, le doy la misma importancia a ambas: la cantidad y la calidad.</i>	55%
9. Preservación de los cultivos regionales. En cuanto a la producción de cultivos y de productos pecuarios, ¿cuál de las siguientes declaraciones se ajusta mejor a lo que usted hace?	
<i>Soy un productor que busca la manera de preservar la producción de cultivos y productos agropecuarios tradicionales de mi región y la manera de mejorarlos.</i>	67%
<i>Soy un productor que está a la búsqueda de cultivos y productos pecuarios no tradicionales de la región que me permitan aumentar el rendimiento de la producción y obtener mejores precios.</i>	26%
<i>Ninguna de las anteriores.</i>	7%
10. Desarrollo de cultivos transgénicos. Algunas personas consideran que el Gobierno debe prohibir la introducción de cultivos transgénicos. Otros consideran que se debe permitir su desarrollo, librando la decisión al productor. ¿Cuál de estas posiciones se acerca más a la suya?	
<i>Se debe prohibir la introducción de cultivos transgénicos.</i>	35%
<i>Se debe permitir la introducción de cultivos transgénicos, pero de forma regulada por el Gobierno.</i>	11%
<i>Se debe permitir la introducción de cultivos transgénicos, librando la decisión al productor.</i>	11%
<i>Ninguna de las anteriores.</i>	10%
<i>Desconozco lo que son los cultivos transgénicos.</i>	34%

C. ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍA Y NUEVAS PRÁCTICAS

11. ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes declaraciones?	
11a. Las recomendaciones de incorporación de nuevas tecnologías y prácticas que brinda el INIA son confiables.	
<i>Estoy fuertemente de acuerdo.</i>	18%
<i>Estoy de acuerdo.</i>	79%
<i>Estoy en desacuerdo.</i>	2%
<i>Estoy fuertemente en desacuerdo.</i>	1%
11b. Las recomendaciones de incorporación de nuevas tecnologías y prácticas que brindan otros productores agropecuarios son confiables.	
<i>Estoy fuertemente de acuerdo.</i>	12%
<i>Estoy de acuerdo.</i>	79%
<i>Estoy en desacuerdo.</i>	8%
<i>Estoy fuertemente en desacuerdo.</i>	1%
11c. Las recomendaciones de incorporación de nuevas tecnologías y prácticas que brindan las empresas que compran la producción agropecuaria son confiables.	
<i>Estoy fuertemente de acuerdo.</i>	10%
<i>Estoy de acuerdo.</i>	78%
<i>Estoy en desacuerdo.</i>	12%
<i>Estoy fuertemente en desacuerdo.</i>	0%

