

Las rutas gastronómicas como estrategia de desarrollo turístico local

Angélica María Arriola Miranda

Resumen

Este artículo abordará el tema de las rutas gastronómicas desde una perspectiva teórica conceptual. Para ello han sido considerados las principales y más modernas definiciones. Posteriormente se intentan establecer lineamientos para el desarrollo o diseño de rutas gastronómicas, finalizando el artículo con ejemplos de rutas gastronómicas en el Perú.

Palabras clave: atractivo, circuito, ruta, ruta alimentaria, ruta gastronómica, interpretación temática.

Abstract

This article is about gastronomical routes, theme developed from theoretical and conceptual perspectives. The main and more modern concepts have been considered. In this work some guidelines for the design of this kind of routes have been developed. Finally, some examples of gastronomical routes in Perú are showed.

Key words: tourist attraction, circuit, route, gastronomical route, thematic interpretation.

Introducción

El Perú es producto de una configuración histórica particular. En cada región de este territorio se gestó una cultura que supo desarrollar respuestas originales a los problemas y desafíos de la naturaleza. El hombre no se adaptó a las difíciles condiciones del territorio peruano: supo dominar la naturaleza con técnica y tecnología. Supo irrigar inmensos desiertos, cultivar empinadas laderas, tratar los alimentos con técnicas que permitirían su conservación por largos períodos, administrar con sabiduría sus recursos y vivir en una interrelación armoniosa con su medioambiente. La cordillera de los Andes configuró una diversidad geoambiental particular: «tanto la posición altitudinal como la latitud, hacen que temperatura, relieve, suelos, humedad, vegetación, fauna, factores todos dependientes, con los que el hombre debía enfrentarse, determinen la existencia de un paisaje diferenciado y complejo, con variantes importantes en el paquete alimentario que cada combinación ofrece, considerando el mismo como una continuidad territorial» (Santoni & Torres, 2001: 2). En tiempos prehispánicos se registró la verticalidad andina, por la cual pobladores de distintos pisos ecológicos intercambiaban productos abasteciéndose de una gran diversidad de alimentos, lo que les permitió disfrutar de una dieta balanceada y variada. Al respecto, Calvo (2005: 35) refiere lo siguiente: «De hecho, la cocina del Tahuantinsuyo, aunque fuera en sí mestiza como corresponde a un pueblo que ha formado un imperio y ha subsumido las particularidades de sus conquistas, debía ser también muy variada, ya que las tres regiones diferenciadas de la selva, la montaña y la costa debieron propiciar microtipos por los que los distintos pueblos se caracterizarían. De modo, que lo que hoy se adjudica a la presencia de españoles y portugueses en el subcontinente sur no es sino una constante evolutiva que viene de muy lejos».

La presencia de españoles redondea la despensa de los peruanos aportando productos de la metrópoli, pero aún más, enriquece la alimentación y la cocina con nuevas formas de procesar alimentos, novedosas técnicas de conservación, cocción, preservación y patrones de consumo desconocidos. Es en la cocina donde el mestizaje, acaecido violentamente en distintos ámbitos de nuestra realidad, se declara de la manera menos dolorosa: ambas partes, conquistadores y conquistados, se enriquecen y se nutren mutuamente, a pesar de la discriminación y la infravaloración por muchos productos autóctonos andinos hasta la actualidad.

Todas las cuestiones mencionadas anteriormente, otorgan a la cocina y gastronomía peruana una impronta singular y *sui generis*, con los siguientes atributos: buen sabor, originalidad, diversidad y variedad de platos, y la existencia de cocinas regionales. La rica biodiversidad

sería el sustento de los anteriores factores. También debe considerarse el elevado número de restaurantes a nivel nacional. Todos estos puntos justifican su estudio y su tratamiento científico.

En cuanto a la cocina como servicio turístico, es interesante recalcar que según estudios realizados por PromPerú (2003) sobre niveles de satisfacción de turistas extranjeros que visitan el Perú, el 79% de ellos acudió a restaurantes de comidas típicas y el 56% calificó esta comida como muy buena. Precisamente, el sabor de la comida fue uno de los aspectos mejor calificados en el servicio de restaurante.

En cuanto al turista nacional, llama la atención el carácter hedonista de sus actividades: el descanso, el disfrute, el goce y el placer adquiere mayor relevancia que el conocimiento de monumentos históricos, de sitios arqueológicos, de nuevas culturas y de espacios naturales, como sucede en el caso del turista receptivo. La gran mayoría (el 78%) permanece o desarrolla sus actividades dentro del casco urbano de la ciudad visitada, confirmando así el carácter relajado del peruano al momento de viajar. En ese sentido, el espacio de consumo de alimentos se convierte en realidad en un momento de búsqueda de placer (y no solo de satisfacción de una necesidad fisiológica básica). Esto se ve refrendado por el hecho de que el 34% de los turistas nacionales compra dulces típicos, superando al 33% que compra artesanías (PromPerú, 2004).

El vínculo con la actividad turística también se evidencia en cuanto la cocina y la gastronomía, están trascendiendo el nivel de los servicios o facilidades y está constituyéndose en atractivo. Escapando al análisis turístico, se observa que la cocina y la gastronomía se están conformando también en patrimonio, tema estudiado en profundidad por Zapata (2006).

Finalmente, interesa exponer la utilidad del diseño de rutas gastronómicas en el marco de un plan de desarrollo turístico local, enfocándolo no sólo como una técnica o un tema novedoso susceptible de ser aprovechado por el agente de viajes en la organización de paquetes, sino, y sobretodo, como estrategia de desarrollo de productos turísticos sostenibles.

Producto turístico

Para Cárdenas (1991:15) «es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado –para un confort material o espiritual- en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista».

Según Albert (1999) el producto vendría a ser la combinación de bienes y servicios ofertados a un precio global. El término «turístico» indica su inclusión en el marco de la actividad.

Se advierte que el producto turístico no es un elemento aislado (no es un atractivo ni un hotel, por ejemplo), sino es la combinación de varios elementos, a saber: los atractivos, las facilidades y el acceso.

El atractivo turístico

El atractivo turístico es el eje principal en torno al cual se estructura y organiza el viaje. Los atractivos son los valores que motivan y generan el desplazamiento de las corrientes turísticas y determinan la selección del destino.

PromPerú (2000: 27) lo define como: «todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de motivar flujos turísticos hacia un destino. Cuentan con infraestructura que permite el acceso del público, hay servicios básicos, etcétera. Un atractivo puede ser un monumento o una especie en vías de extinción, pero también puede reflejar un conjunto de factores como el paisaje o la calidez de las personas. Cuando el atractivo se desarrolla, se convierte en producto».

Chan (1994: 119) afirma que «los atractivos son bienes o manifestaciones con capacidad de motivar o inducir el viaje, o lo que es lo mismo, el desplazamiento de personas desde su lugar de residencia habitual o temporaria al espacio donde está emplazado el bien o manifestación en cuestión».

Existen diversas maneras de clasificar los atractivos. Una de las más conocidas es la del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR, que ordena a los atractivos en sitios naturales, manifestaciones culturales, folklore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.

Chan propone dos formas de clasificar los atractivos: una forma general y una técnica. En líneas generales los atractivos pueden ser de tipo natural o cultural. La clasificación técnica nos habla de atractivos centrales, complementarios y de entorno. Serán centrales cuando tienen relación directa con el tema del circuito o por su trascendencia. En una ruta gastronómica, los atractivos centrales no sólo serán los mismos platillos y los lugares en donde se expenden (desde restaurantes hasta chicherías), sino también, los espacios y los procesos por los que se obtienen los insumos básicos en la dieta local. Serán atractivos complementarios cuando están indirectamente relacionados al tema del circuito; y serán de entorno los paisajes, vistas o puntos panorámicos situados en la cercanía del atractivo central.

Las facilidades

Reciben este nombre en tanto van a permitir que el turista disfrute de los atractivos. En líneas generales, los autores están de acuerdo en que pueden clasificarse en servicios de alojamiento, de entretenimiento, servicios complementarios y prestación de alimentos y bebidas. Es aquí en donde se evidencia el rol polivalente de la gastronomía: si bien se consideró como atractivo, también forma parte de los servicios.

Circuito turístico

Hablar de un circuito es hacer referencia a una ruta, trayecto o recorrido que vuelve al punto de partida. Se dice que el ser humano es un animal de costumbres, y éstas son plasmadas en rutinas. El término viene del francés *routine*, derivado de *route*, que alude a la marcha por un camino abierto. Se aplica al procedimiento de hacer las cosas de manera reiterada, y, en algunos casos, sistematizada. La lógica del ser humano impulsa a estructurar las actividades de esta manera con el objetivo de ahorrar esfuerzos, tiempo y dinero.

El disponer los quehaceres, recorridos y espacios en circuitos no es algo novedoso. El arqueólogo Lumbreras (2000) hace referencia a los circuitos que el *Homo Sapiens - Sapiens* realizaba para cazar sus presas a finales del pleistoceno. Es posible encontrar tantos otros ejemplos en la cotidianidad actual: se busca la mejor ruta para ir y venir del centro laboral; en los supermercados, las góndolas están distribuidas en un circuito que conduce al consumidor por todo el recinto casi sin que éste se de cuenta; las enfermeras deben hacer inspecciones de rutina en los hospitales.

Ésta búsqueda hedonista de minimización de esfuerzos y maximización de tiempo y recursos, también se encuentra en los espacios de ocio. En el campo de los viajes y el turismo, un circuito es la articulación ordenada y priorizada de los atractivos turísticos para lograr la máxima satisfacción del turista (Chan, 1994), es decir, establece de qué manera se deben presentar para lograr que el viajero disfrute al máximo de sus bondades.

Para Gómez & Quijano (1992), la principal característica del circuito turístico es que nace y muere en idéntico lugar. Según Picazo (1996), el circuito además, debe presentar un diseño circular, ostentará una duración promedio de cinco días y utilizará el autocar (carro) como medio de transporte. Estas dos últimas premisas obedecen al criterio de que el circuito se realiza generalmente por tierra.

Ruta turística

En la revisión de literatura se ha advertido la utilización de los términos circuito y ruta sin distinción alguna.

El objetivo principal de la ruta es brindar información sobre las posibilidades turísticas de una determinada zona describiendo sus atractivos, las actividades que se pueden realizar y los servicios. Nótese como elementos adicionales los servicios y las actividades.

Busca también incentivar una mayor afluencia de visitantes a un área específica, re-orientar una corriente de viajeros y fomentar la creación de nuevos productos o tipos de consumo en un área con un alto grado de desarrollo o en proceso de saturación.

La experiencia internacional ha reconocido la categoría de rutas como promotora de movimientos y flujos que recuperan la visibilidad y el reconocimiento de la diversidad cultural.

Una ruta se caracteriza por sus dimensiones locales o regionales, el recorrido siempre vía terrestre, y que el punto de partida y de llegada no coinciden en el mismo lugar (Gómez, 1992). Asimismo, la preponderancia de la función informativa y la programación siempre en torno a una temática específica. (Chan, 1994).

Ambos conceptos coinciden en la duración y el ámbito de desarrollo, en la realización por vía terrestre (por lo tanto generalmente en auto) y el uso informativo. La principal diferencia radica en que en el circuito, el punto de partida y de llegada coinciden, mientras que en la ruta no. Otra diferencia es que, mientras en el circuito se habla exclusivamente de enlace de atractivos, en la ruta se consideran además actividades y servicios.

Ruta gastronómica

En la literatura revisada se distinguen dos niveles conceptuales.

Rutas alimentarias

En primer lugar encontramos la ruta alimentaria, conceptualizada como un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional. Nótese que el tema principal es la producción agropecuaria, pudiendo concluir la experiencia en la degustación de ciertos platos preparados en base a estos productos, es decir, no le otorga un carácter central a la degustación de los platos tradicionales. En ese

sentido, con este tipo de rutas, se estaría abordando el nivel productivo local y alcanzando relativamente la cocina. (Dirección Nacional de Alimentación, Ministerio de Economía, República Argentina, 2003).

Las rutas gastronómicas

Una ruta gastronómica es una modalidad de turismo que permite el descubrimiento organizado de un territorio en torno a un eje relacionado con el patrimonio alimentario y gastronómico local y regional.

Este tipo de propuesta no está centrada únicamente en el aspecto productivo, sino también en la expresión final de estos procesos: la gastronomía, que demanda refinamiento, servicios de alto nivel, y discusión, crítica y valoración por los platos tradicionales que se degustan. Se trasciende el nivel productivo para conocer las expresiones más refinadas de la cocina popular.

Otras definiciones hablan de itinerarios organizados en una determinada región, que permiten recorrer, visitar y disfrutar un proceso productivo agropecuario y pecuario, degustar la cocina casera regional, disfrutar de actividades culturales y deportivas respetando el medio ambiente y el acervo cultural de cada región.

Benavides (2002), define ruta gastronómica como el conjunto de pueblos o regiones que comparten usos y costumbres gastronómicas, considerando la inclusión de aspectos culturales y simbólicos.

Se considera que el conjunto de pueblos o regiones con costumbres gastronómicas similares, constituyen un espacio gastronómico y no una ruta, ya que ésta debe encerrar la idea de desplazamiento.

Pasos para la elaboración de una ruta gastronómica

Elaborar una ruta gastronómica es una tarea compleja que requiere minuciosidad. El proceso es similar al de elaboración de un circuito turístico temático, con algunas diferencias detalladas a continuación:

- 1. Delimitación del área de operaciones.** Lo primero que se debe hacer es identificar la zona de trabajo en un mapa o plano. Luego, se procede a establecer con claridad los límites de la misma. Esta delimitación es fundamental para lograr un circuito bien estructurado.

En un circuito turístico común, la delimitación puede obedecer a la demarcación política existente, por ejemplo a los límites distritales o

provinciales actuales. También puede configurarse teniendo en cuenta accidentes geográficos, como el cauce de un río. Existen además otros factores que pueden ser considerados. Por citar un ejemplo: se ha planteado para Lima, un circuito de ecoturismo basado en el mito andino prehispánico del dios Vichama. En este caso, luego de un análisis profundo del mito, en el cual se presta particular atención a las características de los paisajes, a la toponimia, a los personajes y a sus desplazamientos y acciones, se procedió a plasmar la historia sobre el área conocida como «norte chico», ubicando y entrelazando hitos y lugares indicativos delimitando de esta manera la zona de estudio. En la narración de Fray Antonio De La Calancha (KAUFFMAN, 1988), la trama se desarrolla entre las localidades de Pachacámac (fuera del Norte Chico), Huaura y Végueta. Asimismo, se nombran las localidades de Huaura, Cupi (Supe), La Barranca, Aucallama, Guacho y Végueta, en las que el mito de Vichama «era creído como artículo de fe». Se han ubicado y enlazado todos estos puntos, obteniendo una franja que comprende los distritos de Aucallama (provincia de Huaral); Huacho, Huaura, Végueta, (provincia de Huaura) y los distritos de Supe, Barranca, Pativilca y Paramonga (provincia de Barranca).

Otro caso que puede ilustrarnos es el circuito turístico «Conociendo Barranco», diseñado y promocionado por la Municipalidad del Distrito de Barranco. El criterio utilizado para establecer los límites de la zona de operaciones fue la antigüedad; considerando sólo las zonas más antiguas y tradicionales.

En el caso de las rutas gastronómicas, debe analizarse con sumo cuidado lo que nosotros consideramos el «espacio gastronómico», entendido como el conjunto de pueblos o regiones que comparten usos y costumbres gastronómicas. Éste podría compartir caracteres geoambientales. Por ejemplo, podría tratarse de una cuenca, o de un valle dedicado al cultivo de ciertos productos. Borrega (2004) advierte que es un error considerar que las fronteras culinarias se asimilan a las administrativas, por lo que se recomienda un análisis detallado para determinar el espacio gastronómico.

2. Identificación de los recursos y atractivos turísticos existentes.

El segundo paso es identificar todos y cada uno de los recursos y atractivos que se encuentran en el área. El programador debe registrar todos (y no sólo aquellos más llamativos o trascendentes) en cuanto la propia subjetividad puede llevar a despreciar elementos que sí podrían resultar de interés para el visitante, o en todo caso servir como complemento de atractivos centrales. En ese sentido, resulta sumamente importante contar con un listado detallado de

todo lo que ofrece el área en materia de valores turísticos. En este proceso, obviamente serán centrales todos aquellos vinculados al tema producción – cocina – gastronomía, y los demás podrán ser perfectamente utilizados como atractivos complementarios.

3. Descripción de cada recurso y atractivo turístico identificado.

Una vez identificados, los atractivos deben ser descritos. En esta etapa se proporcionará información básica sobre cada uno de ellos y, a través de un proceso esencialmente gráfico se intentará ubicar cada atractivo en el plano o mapa.

4. Determinación del tiempo de visita.

Conviene calcular correctamente el tiempo que se necesita para conocer un recurso turístico. El tiempo de visita lo impone el sitio y no el programador. Es un error común incluir una gran cantidad de atractivos considerando que a más lugares visitados se proporcionará mayor satisfacción al cliente.

5. Determinación de las facilidades.

En esta etapa se identificarán todas las facilidades que presenta el atractivo. Por facilidades se entiende todo aquel elemento que permite al turista disfrutar del lugar: servicios de alojamiento y de alimentación, guías de turismo, información turística, entretenimiento, servicios higiénicos, cafetería, señalización, sala de videos, tienda de *souvenirs*, etcétera. Éste es otro de los puntos neurálgicos a ser tomados en cuenta a la hora de crear un circuito. Para explicarlo se plantea un caso hipotético.

Se diseñó un circuito turístico para escolares de primaria de tres o cuatro horas de duración, para el cual lamentablemente, no se realizó un buen análisis de las facilidades, lo que ocasionó que el único atractivo que contaba con servicios higiénicos adecuados, fuese colocado al final de toda la jornada. Como consecuencia se originaron una serie de inconvenientes: paradas no planificadas, demoras, etcétera, con la consiguiente pérdida de tiempo y dinero para el organizador y el fastidio de los pasajeros.

Este análisis incluirá la observación de todos aquellos detalles que puedan brindar disfrute: observar cuáles son las horas de menor congestión del museo; las horas en las que no hay vientos fuertes para visitar y ascender a un monumento arqueológico, las horas en las que puedo avistar algunas especies de fauna nativa al internarme en el bosque, entre otras. Nuevamente entra a tallar la habilidad del programador.

6. Priorización y selección de atractivos. Una vez realizado este minucioso análisis del espacio gastronómico, el programador estará en capacidad de seleccionar qué atractivos pueden ser incluidos en el circuito y en qué orden, obedeciendo por supuesto, a los gustos y preferencias de su segmento de mercado.

Se hace hincapié en el entrenamiento, criterio y creatividad que debe poseer el programador, entendiéndose por creatividad «aquél proceso o facultad que permite hallar relaciones y soluciones novedosas partiendo de informaciones ya conocidas, y que abarca no sólo la posibilidad de solucionar un problema ya conocido, sino también implica la posibilidad de descubrir un problema allí donde el resto de las personas no lo ven». (Chibás, 1992)

Rutas gastronómicas innovadoras. Algunas propuestas.

En primer lugar se sugieren tres rutas en la zona conocida como norte chico de Lima. Posteriormente se mencionan ejemplos de rutas en la sierra central, para finalizar con la costa sur del país.

Rutas gastronómicas en el norte chico de Lima

Se plantea una primera visita a la ciudad de Huacho: recorrer la Plaza de Armas, el Malecón Roca y el Museo de Arqueología José Faustino Sánchez Carrión. Luego un almuerzo típico huachano a base de cebiche de pato y sopa huachana, charquicán de pescado, etcétera, y terminar la tarde en la tradicional y antigua heladería Caplina.

La segunda versión plantea salir de Huacho hacia el norte. El primer atractivo sería la Caleta de Végueta desde donde se puede acceder a la Playa Tambo de Mora, la Isla Don Martín y su paisaje de totorales, además de conocer la tradicional artesanía en junco, especie que también es aprovechada como alimento: Végueta es el único lugar en donde uno puede consumir mazamorra de «totora», como le llaman los lugareños. Luego se visitarán las albuferas de medio mundo. Es posible realizar caminatas desde las albuferas hasta la Caleta Vidal, y disfrutar durante el recorrido de hermosas playas como Quitacalzón y Lampay.

La versión número tres sugiere salir de Huacho nuevamente hacia el norte para llegar a Huaura, para visitar la Capilla de La Virgen del Carmen, la Plaza de Armas, y la Casa Museo Don José de San Martín. Se recomienda también probar el tradicional licor de guinda y conocer su proceso de producción artesanal y luego dirigirse hacia Rontoy y Acaray para disfrutar del entorno de campiña.

Rutas gastronómicas en la sierra central

Se puede estructurar un circuito para conocer cómo los pobladores de las mesetas alto andinas cumplen la tarea de procesar el chuño con técnicas prehispánicas, estableciéndose en campamentos estacionales en las gélidas punas con toda su prole durante los meses de heladas y observar cómo en esta comunidad, todos los miembros cumplen una función específica. En esos fríos extremos, soportables por los extraños a duras penas con abrigo y equipos especiales, pequeños niños de tres o cuatro años chapotean en las pozas recogiendo la papa congelada. Se incluirían visitas a sitios arqueológicos cercanos, y en el mejor de los casos se podría interactuar con la población en un clima de gran respeto por sus tradiciones. En Junín, se conocen experiencias similares como la «Ruta de la Maca».

Rutas gastronómicas en la costa sur

En la región Ica, los propios productores de pisco y vino están fomentando no sólo la visita a sus localidades sino la venta de sus productos a través de rutas gastronómicas. Asimismo, resultan conocidos los esfuerzos de la región Moquegua por posicionarse como productora de finos vinos, piscos y licores, y sobretodo dulces de tradición española.

Obviamente, el soporte de este tipo de circuitos, que buscarían incluir atractivos tan particulares, será por un lado, el desarrollo de la infraestructura necesaria, pero además, el planteamiento de una temática bien definida y una adecuada labor de interpretación, esto es, armar todo un guión interpretativo base para el circuito.

Interpretación Temática

Tilden (1977) definió a la interpretación como: «una actividad educativa orientada a revelar los significados y las relaciones a través del uso de objetos originales, experiencias de primera mano y medios ilustrativos, más que el simplemente comunicar información factual». Ham (1992), heredero y continuador de la obra de Tilden, ha definido la interpretación en el sentido que aquí nos interesa, el de traducción, como lo que él llama interpretación ambiental o temática: «La interpretación ambiental, involucra la traducción del lenguaje técnico de una ciencia natural o área relacionada en términos e ideas que las personas en general, que no son científicos, puedan entender fácilmente, e implica hacerlo de forma que sea entretenida e interesante para ellos».

Cabe señalar que Ham trabaja sobre todo en la interpretación de recursos naturales, aunque su enfoque se utiliza también –y él así lo destaca en su libro- en relación a los recursos culturales. El ecoturismo

otorga singular importancia a la creación de conciencia ecológica o educación ambiental a través de la interpretación. Algunos arqueólogos como Manuel Gándara consideran a la interpretación temática como una de las más importantes estrategias centradas en el público para la conservación del patrimonio cultural.

La interpretación temática tiene muchos efectos positivos: acerca el público hacia el patrimonio, puede generar recursos, permite que el público aprecie labores de investigación y conservación. Citando nuevamente a Tilden: «A través de la interpretación, entendimiento; a través del entendimiento, apreciación; y a través de la apreciación, conservación...».

La ruta gastronómica como estrategia de desarrollo

Un circuito es una estrategia capaz de redistribución de flujos turísticos en un determinado espacio y por lo tanto de los ingresos que éstos generan. Las rutas gastronómicas, además de eso, promueven la producción local y estimulan la venta de sus productos tradicionales, efecto que no siempre logra un circuito de turismo convencional.

Referencias Bibliográficas

- Arriola, A. 2003. La técnica de crear circuitos turísticos, Revista Canatur, Universidad San Martín de Porres – Escuela profesional de Turismo y Hotelería, Lima.
- Benavides, G. 2002. Alimentación y gastronomía, Universidad de san Martín de Porres, Lima, 196 p.
- BORREGA, Yolanda, 2004, «Cocina y Patrimonio: un elemento reivindicador de identidad», XVII Reunión Anual de Etnología, Serie: Anales de la Reunión Anual de Etnología, Tomo I, MUSEF Editores, La Paz, 652 p.
- CALVO PÉREZ, Julio, 2005, *La Cocina Peruana. Análisis semántico del léxico de la cocina en lengua quechua*, Universidad de San Martín de Porres, Lima, p. 35.
- CASTILLO, C. *Turismo, fundamento y desarrollo*. Talleres Gráficos Art Lautrec S. R. Ltda. Segunda Edición. Lima. 1990.
- CHAN, Nélica. *Circuitos y Paquetes Turísticos. Programación y Cotización*. Segunda Edición, Temas Turísticos, Buenos Aires, 1994.
- CHIBÁS ORTIZ, Felipe. *Creatividad + Dinámica de grupos = Eureka!* Editorial Pueblo y Educación, La Habana, 1992

- Dirección Nacional de Alimentación, Ministerio de Economía, República Argentina, 2003, Las rutas alimentarias argentinas.
- GOMEZ, Julia y QUIJANO, Covadonga, Rutas e Itinerarios Turísticos en España, Síntesis, España, 1992.
- HAM, Sam. *Interpretación Ambiental. Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños*. North American Press. Colorado. 1992
- LUMBRERAS, Luis. *Las Formas Históricas del Perú*. IFEA – Lluvia Editores. Colección Alasitas. Lima, 2000
- MINCETUR, 2006, Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional, Lima, 37 p.
- PICAZO, Carlos. *Asistencia y guía a grupos turísticos*, Síntesis, Madrid, 1996.
- PROMPERU, *Manual de Importancia e Impacto del Turismo en el Perú*, Lima, 2000.
- PROMPERU, *Manual del Perú como producto turístico internacional*. Lima, 2000.
- PromPerú, Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero 2003. Evaluación en Lima, Cusco y Puno.
- PromPerú; Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero 2004. Evaluación en Chiclayo, Trujillo, Huaraz, Pisco, Nazca, Arequipa, Tacna y Puerto Maldonado.
- PROMPERU, Manual de Importancia e Impacto del Turismo en el Perú, Lima, 2000.
- PROYECTO DE GASTRONOMÍA PERUANA, 2005, *Diagnóstico de la Gastronomía Peruana*, Universidad de San Martín de Porres, Lima. (Documento interno)
- SANTONI, Mirta y TORRES, Graciela, 2001, «El Sabor de los Pucheros. Los patrones alimentarios del NOA: Pasado, presente y futuro», Museo de Antropología de Salta, <http://www.antropologico.gov.ar>.
- TILDEN, Freeman. *Interpreting our Heritage*. University of North Carolina. Chapell Hill. 1977.
- ZAPATA, Sergio, 2006, «Patrimonialización» de la gastronomía peruana y planteamiento de un proyecto de desarrollo, Universidad San Martín de Porres, Lima. Inédito.