

POLÍTICA PÚBLICA SECTORIAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD GASTRONÓMICA COMO PARTE DEL SERVICIO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE CHACHAPOYAS

Sectoral public policy for the strengthening of gastronomic competitiveness as part of the tourist service in the district of Chachapoyas

 Cynthia Medallith Díaz Plasencia¹

Fecha de recepción : 14/11/2022

Fecha de aprobación : 21//12/2022

DOI: <https://doi.org/10.26495/rce.v9i2.2327>



Resumen

La investigación “Política Pública Sectorial para el Fortalecimiento de la Competitividad Gastronómica como parte del Servicio Turístico en el Distrito de Chachapoyas” se basó en las teorías de la política pública y la competitividad enfocadas al sector gastronómico. Para lo cual se optó por conocer el estado situacional de la oferta y la demanda del mercado gastronómico y para lograr esto se utilizaron formatos de encuesta aplicados tanto en hoteles y restaurantes. Los resultados muestran una demanda creciente y una oferta con limitaciones para atender la demanda. La investigación concluye que la oferta gastronómica se limita a 134 establecimientos, siendo esta de tipo tradicional o regional seguido por la gastronomía nacional; la gastronomía internacional forma parte de la oferta en menor escala. La política pública sectorial establecida se basó en tres lineamientos que son: la planeación, generación de competencias y capacidades y la promoción que están orientadas a convertir a la región Amazonas en un destino competitivo.

Palabras clave: Política pública, lineamientos, competitividad gastronómica.

Abstract

The research "Sectoral Public Policy for the Strengthening of Gastronomic Competitiveness as part of the Tourist Service in the District of Chachapoyas" was based on the theories of public policy and competitiveness focused on the gastronomic sector. In order to achieve this, survey formats applied to both hotels and restaurants were used to determine the situational state of supply and demand in the gastronomic market. The results show a growing demand and a supply with limitations to meet the demand. The research concludes that the gastronomic offer is limited to 134 establishments, being of a traditional or regional type, followed by national gastronomy; international gastronomy is part of the offer on a smaller scale. The sectoral public policy established was based on three guidelines: planning, generation of competencies and capacities, and promotion, which are aimed at making the Amazon region a competitive destination.

Keywords: Public policy, guidelines, gastronomic competitiveness.

¹Maestro en Gestión Pública. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Correo electrónico: cynthia.diaz@untrm.edu.pe; <https://orcid.org/0000-0002-4428-4389>

1. Introducción

En una sociedad fluida, cambiante y dinámica se han venido desarrollando conceptos como globalización, localismo, competitividad, entre otros, que se han adaptado a diversos contextos sociales, políticos, económicos y culturales. Uno de ellos es el turismo, que es de las industrias más importantes a nivel mundial, juega un papel fundamental que es clave en el desarrollo y competitividad de muchas regiones (Alberti & Giusti, 2012). Se caracteriza por la puesta en marcha de iniciativas tanto del sector público como privado, además, exige políticas públicas firmes adecuadas para enfrentar la administración del sector y su fortalecimiento, así como también la red de otras actividades generadas (Pascarella & Fontes Filho, 2010).

En Amazonas desde hace 20 años la actividad turística está en crecimiento, misma que se encuentra representada por sus dos atractivos turísticos más importantes: la catarata de Gocta en la categoría y el sitio arqueológico de Kuelap (MINCETUR, 2018). Uno de los pilares de esta actividad se relaciona con la parte gastronómica que es un factor clave de atracción para definir la supremacía de los destinos turísticos y que da opciones a un tipo de viajero identificado con la búsqueda de lo autóctono y de los elementos culturales de un área geográfica a donde llega (López-Guzmán & Jesús, 2011) que muy poco ha sido intervenida y convertida en motor de desarrollo económico desde la política pública.

La ciudad de Chachapoyas es el centro neurálgico de Amazonas y la puerta principal hacia los destinos turísticos, y que para mantener estándares adecuados de desarrollo se debe regir con políticas específicas y lineamientos de desarrollo que en su conjunto consoliden a Amazonas como un destino turístico competitivo (GOREA, 2019). Entonces ¿Cómo debe ser la Política Pública Sectorial para el fortalecimiento de la Competitividad Gastronómica como parte del servicio Turístico en el Distrito de Chachapoyas? Para poder entender esto, se realizó una breve reseña de trabajos realizados anteriormente.

Franco (2022) evaluó el grado de relación entre la política pública y el desarrollo del turismo, para la obtención de datos utilizó cuestionarios. Concluye que existe una relación positiva moderada de 0.474. Gonzales et al. (2017) Con el objetivo de brindar información sobre el turismo gastronómico, referente a clientes no satisfechos, tuvo a bien comprobar si funciona la línea gastronómica de la agencia, concluyendo que su principal mercado es el estadounidense y estos están dispuestos a pagar más de 200 dólares con un pernocte de 7 a 8 días en Perú, teniendo como principales destinos a Lima y Cusco. Cantuta & Arce (2021) analizaron la competitividad de la actividad gastronómica como factor potencial de Desarrollo Económico Local en Cusco, para ello se realizaron encuestas y entrevistas a propietarios de 22 restaurantes pertenecientes a la “Asociación de Piscicultores del Valle de Lucre-Yanamanchi”. Los resultados indicaron que la exclusividad de la oferta gastronómica (diversidad de platos en base a carne de trucha) junto con una demanda y rentabilidad crecientes buenas expectativas de crecimiento del subsector gastronómico y que son atractivas para mayores y/o nuevas inversiones que promuevan una mayor competitividad de la actividad gastronómica.

Una política es un plan para alcanzar un objetivo de interés nacional que va desde una idea como un programa (Banco Mundial, 2010). La política pública es la resolución de problemas en la sociedad (MINCETUR, 2014). Al respecto Fernando et al. (2013) expresan que son la intención a resolver problemas incorporadas en las agendas de gobierno. Una decisión que resuelve problemas de una comunidad (FOVIDA, 2006). Igual que para Torres-Melo & Santander (2013) se deben entender como una acción en conjunto para garantizar resultados lo que significa una condición necesaria para el éxito de los procesos de las políticas públicas. Y Díaz (2015) dice que son principios, iniciativas diseñadas con el objetivo de orientar y regular la conducta de agentes económicos y sociales.

La Política Sectorial es establecida en base a mecanismos de coordinación con los gobiernos regionales, gobiernos locales y otras entidades, según requiera o corresponda a la naturaleza de cada política. Las políticas nacionales y sectoriales consideran los intereses generales del Estado y la diversidad de las realidades regionales y locales, concordando con el carácter unitario y descentralizado del gobierno.

La oferta gastronómica es ofrecida en un establecimiento de alimentos y bebidas en un mercado amplio y competitivo. La oferta gastronómica de tu restaurante no se reduce al concepto o al tipo de servicio que ofreces (aunque sin duda son importantes), sino que comprenderla, analizarla y hacerla eficiente te permitirá realizar las modificaciones necesarias para maximizar tus ganancias (Vasco, 2017).

En ese marco, la investigación se justificó teniendo en cuenta que la actividad turística es una actividad tanto social como económico y que los actores directos sobre todo los relacionados con el servicio de alimentación y gastronomía pueden contar con un crecimiento sostenible en sus respectivos emprendimientos, ya que la política pública regional busca dar un dinamismo competitivo para fortalecer este servicio y la imagen gastronómica del destino Amazonas. Entonces dentro del marco de generar beneficio social de calidad bien establecidas los objetivos planteados fueron: Realizar un diagnóstico de la competitividad gastronómica del servicio turístico en el distrito de Chachapoyas y diseñar estrategias de política pública sectorial para el fortalecimiento de la competitividad gastronómica.

2. Materiales y métodos

La investigación tuvo como población muestral a los 134 establecimientos de restaurantes y 120 clientes de la ciudad de Chachapoyas.

La recolección de datos se realizó en dos etapas, en la primera recolectar información respecto a la oferta y fichas de observación directa que permitan obtener información para el diagnóstico. La segunda fue la recopilación de información de la demanda, haciendo uso de la técnica de la encuesta y aplicando el instrumento a los turistas a la llegada de sus recorridos en sus hoteles o en espacios de descansos como la plaza de la ciudad de Chachapoyas.

El procesamiento de datos cuantitativos se realizó en base al programa SPSS que permitió sistematizar la información de manera estadística de acuerdo a la opinión plasmada por la población. La información de la entrevista fue de carácter cualitativos y para facilitar su análisis se elaboraron cuadros matrices de entrevista, posteriormente se realizó un cruce entre las opiniones de los informantes.

3. Resultados

Oferta Gastronómica en la ciudad de Chachapoyas.

a) Restaurant según el tipo de oferta gastronómica

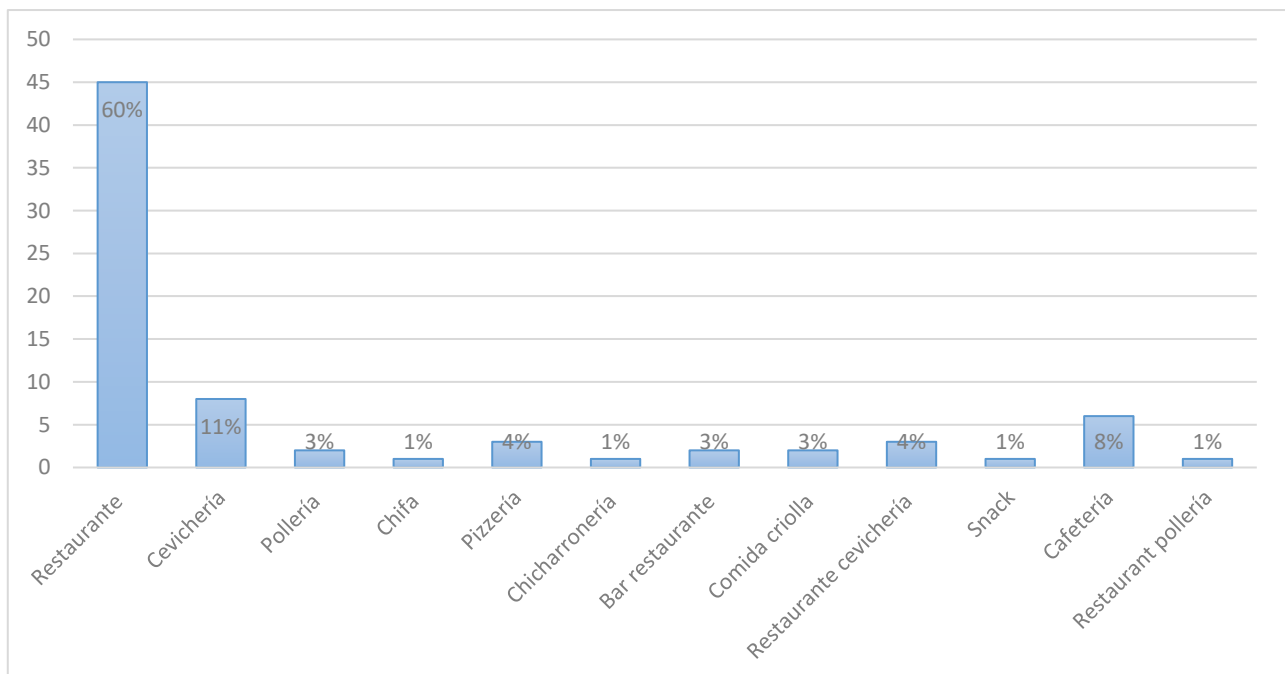


Figura 1. Restaurant según el tipo de oferta gastronómica.

De los propietarios encuestados el 60% cuenta con restaurante y el 1% cuenta con Chifa, Chicharronería, Snack, Restaurante pollería. Del total de establecimientos el 42 % no se encuentran categorizados por el DIRCETUR.

b) Tiempo de funcionamiento según tipo de oferta gastronómica

De los establecimientos encuestados el 26% funcionan desde 5 a 10 años y el 6% funciona desde 4 años como se indica en la Figura 2.

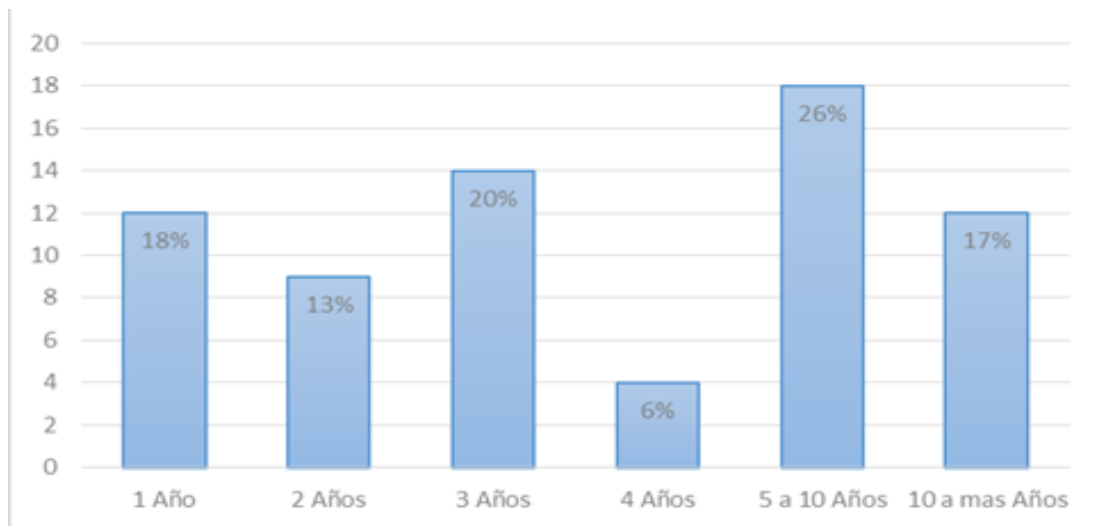


Figura 2. Tiempo de funcionamiento por establecimiento.

c) Opinión sobre la oferta gastronómica. Buscó plasmar la opinión sobre la oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas, los resultados se muestran en la figura 3.

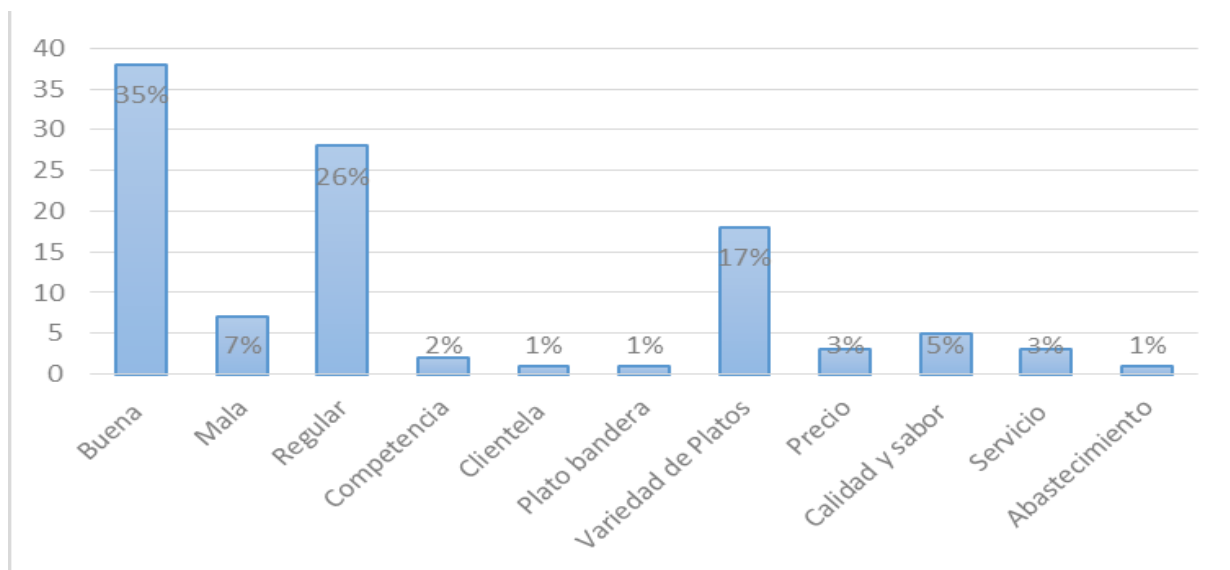


Figura 3. Opinión sobre la oferta gastronómica

El 35% de los establecimientos encuestados opinan que la oferta gastronómica es buena.

d) Opinión para hacer para fortalecer la oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas

El 48% de los establecimientos encuestados opinan sobre lo que se debería hacer para la oferta gastronómica es capacitación y el 3% opinaron sobre lo que se debería hacer para fortalecer la oferta gastronómica es mejorar la calidad como lo indica la figura 4.

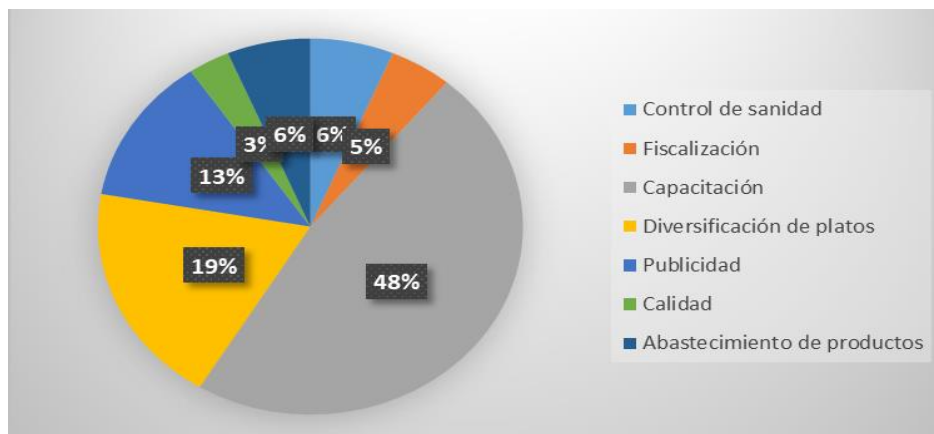


Figura 4. Opinión sobre el fortalecimiento de la oferta gastronómica

Demanda gastronómica de la ciudad de Chachapoyas

La encuesta se realizó a 120 clientes de restaurantes al momento de su salida de los establecimientos como: Real Cecina, Batán del Tayta, El tejado, El Tizón, las rocas entre otros.

Para conocer la demanda y los gustos de comida que poseen los consumidores primero se tomó en cuenta el lugar de procedencia de los visitantes, teniendo los siguientes resultados. Figura 5.



Figura 5. Lugar de procedencia de consumidores.

Los resultados muestran que el 98% de los clientes encuestados son nacionales y el 2% extranjeros logrando captar su opinión de la gastronomía.

La cantidad demandada de alimentación está relacionada directamente con la calidad de la atención que ofrecen los establecimientos y de tipo de infraestructura como lo indican las siguientes figuras.

a) Calidad de atención

El 50 % opina que la atención que se les da es regular, un 40 % opina que la atención es buena porque el personal que los atiende tiene amabilidad, el 8 % manifiesta que la atención es mala porque se nota que no están capacitados y el 2 % dice que la atención hacia el cliente es excelente. Ver figura 6.

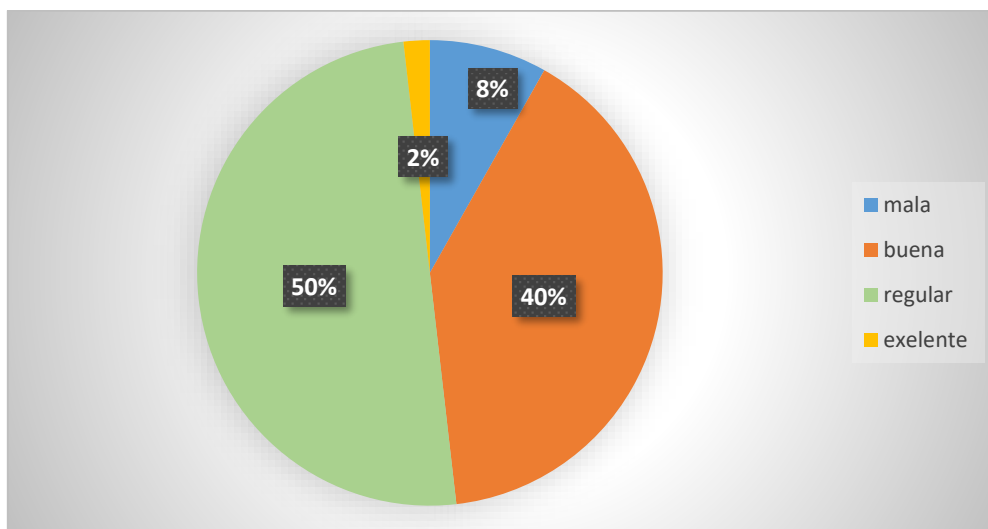


Figura 6. Opinión sobre la calidad de atención

b) Calidad de infraestructura de los restaurantes

El 55 % de los clientes encuestados opina que la infraestructura de los restaurantes es regular, que le falta innovación, un 37% manifiesta que es buena, el 6 % lo califica como mala y solo un 2% opina que es excelente como lo indica la figura 7.

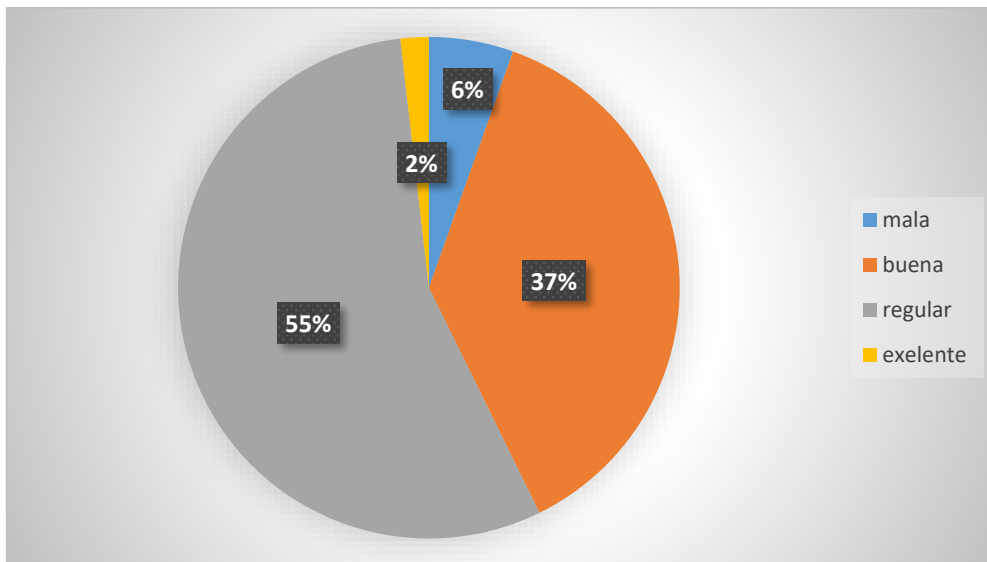


Figura 7. Infraestructura de los restaurantes.

Entonces tomando en consideración lo expresado sobre la demanda de los consumidores se puede decir sobre la oferta gastronómica que un 42% opina que la gastronomía en la ciudad de Chachapoyas es variada, el 32% que es regularmente variada y un 2% nada variada como indica la figura 8.

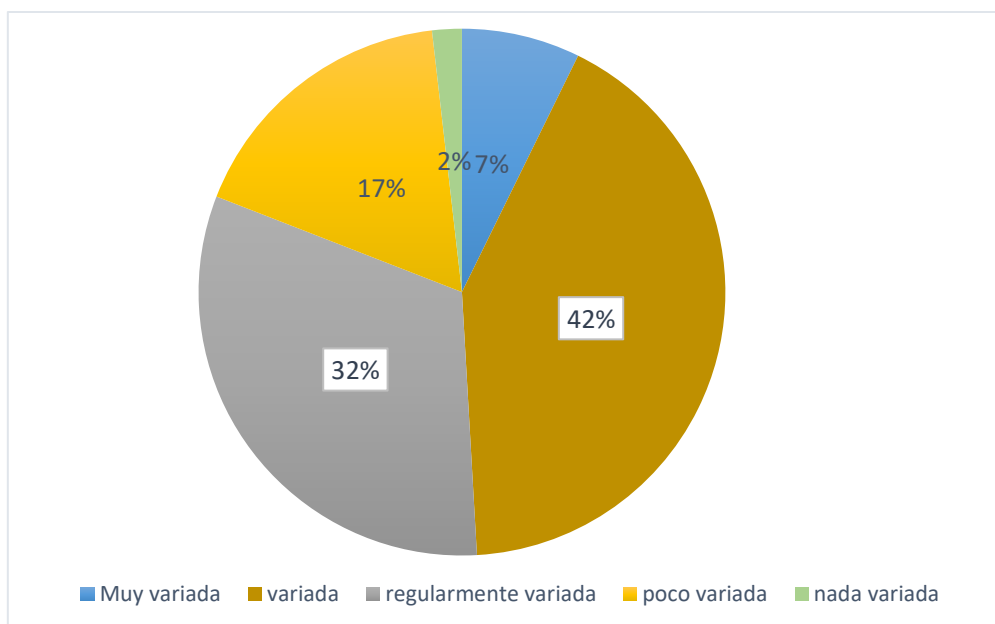


Figura 8. Opinión sobre la oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas

Resultado del Diagnóstico

Para identificar el resultado del diagnóstico se aplicó el análisis FODA que ha permitido identificar las fortalezas oportunidades debilidades y amenazas relacionadas con la

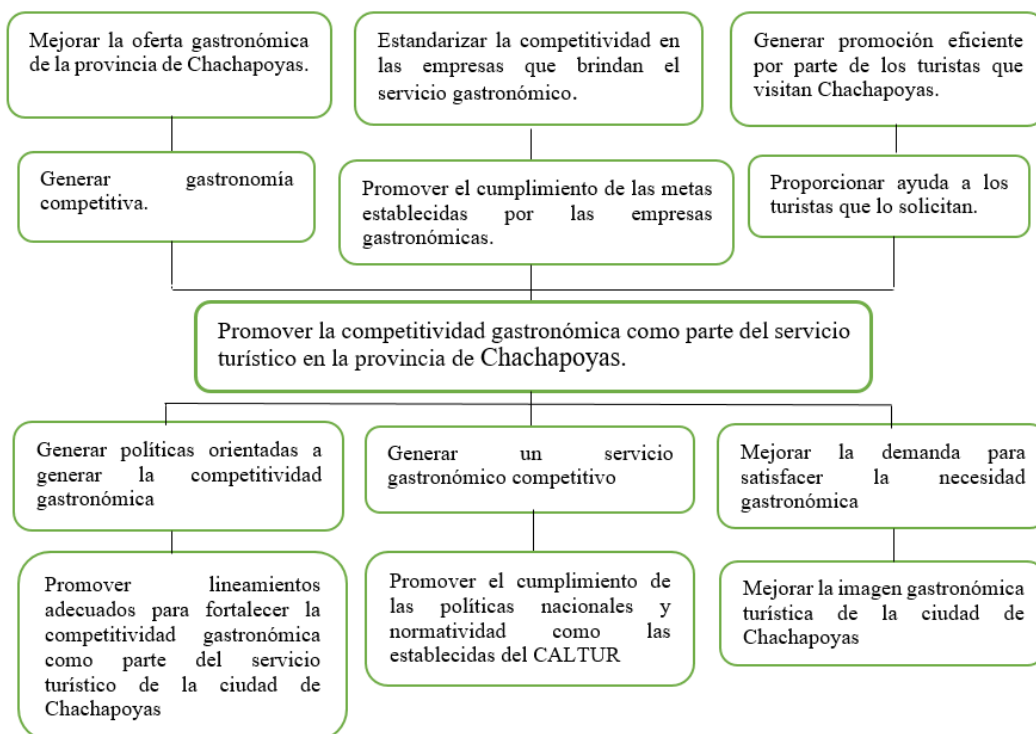
competitividad gastronómica como parte del servicio turístico en el distrito de Chachapoyas para luego realizar una propuesta de política pública.

Tabla 1. Diagnóstico de la oferta y demanda

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
El 57% de los restaurantes en la actualidad han surgido en los últimos cuatro (4) años	Acceder a los parámetros del CALTUR para el manejo de la calidad en restaurantes.	Chachapoyas no tiene producto gastronómico bandera establecida de manera planificada.	Que el PERTUR no incluya lineamientos para mejorar la oferta gastronómica.
Los precios de los productos gastronómicos en general son accesibles al mercado	Se debe aprovechar la reformulación del PERTUR para incluir actividades relacionadas con una política gastronómica regional	Existe un déficit en el proceso de atención al cliente	Que el CALTUR no de importancia al servicio de alimentación.

Propuesta de política pública

Para poder realizar una propuesta de política pública se analizaron los resultados de las encuestas y de la matriz FODA. La propuesta política pública está en función a los intereses regionales, nacionales, que se encuentran plasmados en el CALTUR.



Para cumplir con la propuesta de política pública se trabajó mediante lineamientos: la planificación, la generación de competencias y capacidades y la promoción. La Política Pública Sectorial para el Fortalecimiento de la Competitividad Gastronómica como parte del Servicio Turístico en el Distrito de Chachapoyas se encuentra articulada al PERTUR Amazonas y al PENTUR por ser considerada una actividad dentro del sector turismo.

4. Discusión

El Perú para garantizar la competitividad gastronómica y tener importancia y posicionarse en el mercado mundial se ha direccionado bajo políticas públicas que son lineamientos de planificación importantes que direccionan una nación, un sector, una Región o espacios menores para investigar e identificar problemáticas y plantear alternativas de solución (MPNPE, 2018). En esta investigación se buscó el fortalecimiento de la competitividad gastronómica como parte del servicio turístico del distrito de Chachapoyas. Bajo la premisa de que la región Amazonas cuenta con recursos agropecuarios y gastronómicos de calidad y autóctonos de la zona con que cuenta busca esa competitividad a través del establecimiento de una política sectorial regional que le garantice un posicionamiento en el mercado. Por otra parte, Díaz (2015) en Colombia implementó 4 planes sectoriales por lo que fijaron retos y desafíos que en 10 años la industria del turismo experimentó un crecimiento exponencial. Pero ambos coinciden en que se requiere investigar y conocer la realidad del área de estudio basándonos en las teorías de política pública a las que se les considera como acciones de gobierno para dar respuesta a las diversas demandas de la sociedad según cuya idea es dar un uso estratégico a los recursos para solucionar problemas en este caso del carácter regional orientado a mejorar la competitividad gastronómica (Oddone & Granato, 2010).

Las investigaciones relacionadas con la gastronomía enfocada desde lineamientos de la planificación son consideradas primordiales porque permite conocer la realidad, en este caso Sánchez et al. (2016), en las Estrategias para el Fortalecimiento del Turismo Gastronómico en Ecuador; usando el método de DELPHI y ANOCHI elabora un diagnóstico de los restaurantes turísticos y los procesos de elaboración culinaria y servicio gastronómico identificando puntos fuertes y débiles a través de la matriz DAFO, determinándose 8 estrategias compuestas por 15 acciones y 12 actividades. Ante esta investigación se puede discutir que ambas tienen enfoques locales la primera hacia un Cantón que es un espacio político en Ecuador y en la presente investigación realizada se evaluó a usuarios de establecimientos de restaurantes y hoteles encontrando diversidad de opiniones que permitieron hacer una matriz FODA en donde se plasmara todo lo obtenido. La diferencia radica en la dimensión de la propuesta de solución, en la primera investigación su alcance llega hacia el planteamiento de estrategias, y en la presente se orienta al establecimiento de una política sectorial

regional para mejorar la competitividad gastronómica y que guarda linimentos con planes como el PERTUR y el PENTUR y las exigencias de calidad del CALTUR (MINCETUR, 2008).

Hernández (2015) investiga sobre planificación y gestión de rutas gastronómicas específicamente el caso de la provincia de Córdoba. Los resultados evidencian un gran potencial en materia de turismo gastronómico tanto en calidad de productos como materias primas y para la determinación de alguno de ellos usan la denominación de origen que le da fortaleza al producto. Ante esta investigación se discute que la política sectorial podría ser la base para poder establecer rutas gastronómicas planificadas que podrían estar contempladas en lineamientos de la política que se plantea y que buscarán acercar a la oferta con la demanda en la Región Amazonas (Prom Perú, 2021).

Las estrategias para el fortalecimiento de la gastronomía se desarrollan y se adecuan de acuerdo al espacio geográfico y la actividad económica a desarrollar (Tramontin et al., 2010). Para lograr plasmar estas estrategias se utilizan diferentes métodos haciendo que haya variabilidad de resultados (Durão et al., 2017). Por otro lado (Colpas et al., 2020) dicen que se debería implementar políticas inclusivas, transparentes, en donde exista la participación ciudadana que garantice la sostenibilidad de la actividad turística. La región Amazonas como destino turístico emergente está supeditado a nuevas adecuaciones para aprovechar al máximo su potencial y por ende otras actividades que son consecuencia de la riqueza cultural como lo es la gastronomía y usando las políticas públicas direccionar hacia una transformación para mejorar la calidad de vida de la región y sobre todo poner el foco hacia la sociedad mundial.

5. Conclusiones

La oferta gastronómica comercial en la ciudad de Chachapoyas se encuentra limitada a 134 establecimientos que brindan el servicio registrados, siendo la producción gastronómica de tipo tradicional o regional en mayor porcentaje en un rango nacional y en menor rango la internacional; la gastronomía tipo fusión es limitada. A esto se suma que existen limitaciones en cuanto a equipamiento, infraestructura y preparación de recurso humano para la prestación del servicio, lo cual representa un déficit en esta actividad.

Las estrategias de políticas públicas identificadas están en relación esa la política N°18 que está relacionada con la competitiva, y fortalecimiento de la actividad económica, considerando que el turismo se ha convertido en una actividad importante en la ciudad de Chachapoyas y en la Región Amazonas en donde al 2020 se están involucrando emprendimientos y actores nuevos que buscan un beneficio sostenible.

La política pública ha sido diseñada para el fortalecimiento de la actividad económica, teniendo en cuenta tres lineamientos que son: la planificación, generación de competencias y capacidades y la promoción que están orientadas a convertir a la región amazonas en un destino turístico competitivo.

6. Referencias

- Alberti, F. G., & Giusti, J. D. (2012). Cultural heritage, tourism and regional competitiveness: The Motor Valley cluster. *City, Culture and Society*, 3(4), 261–273.
<https://doi.org/10.1016/j.ccs.2012.11.003>
- Banco Mundial. (2010). *La Formulación de Políticas Públicas en la OCDE: Ideas para América Latina*.
- Cantuta, M., & Arce, E. (2021). Análisis de la competitividad de la actividad gastronómica como factor potencial de Desarrollo Económico Local en el distrito de Lucre, provincia de Quispicanchi, departamento de Cusco, periodo 2019.
- Colpas, F. del J., Taron, A. A., & Gonzalez, R. E. (2020). Plan estratégico para el desarrollo sostenible del turismo en la ciudad de Cartagena , Colombia. *Espacios*, 41(31), 215–224.
- Díaz Olariaga, O. (2015). Análisis de la aplicación de políticas públicas en el sector turismo. El caso de Colombia. *GESTIÓN Y ANÁLISIS DE POLÍTICAS PÚBLICAS*, 14, 106–121.
<https://doi.org/10.24965/gapp.v0i14.10292>
- Durão, F., Jacinto, A., Raquel, M., & Mota, B. (2017). COMIENDO VIRTUALMENTE CON LOS OJOS. Un estudio sobre el uso de Instagram por parte de los prestadores de servicios turísticos de gastronomía de Recife (Brasil). *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 26(4).
- Fernando, J., Dufour, G., Alessandro, M., & Amaya, P. (2013). *Introducción al Análisis de Políticas Públicas (U. N. A. Arturo Jauretche (ed.))*. Retrieved from <https://bit.ly/3zR9IIM>
- FOVIDA, F. de la V. (2006). *Cuaderno de Trabajo Programa de Políticas Públicas. En Escuela de Lideres FOVIDA*. Retrieved from <https://bit.ly/3zkjxSk>
- Franco, A. (2022). Políticas públicas que determinan el desarrollo del producto de turismo comunitario. *Gestionar*, 2(4), 43–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/j.rg.2022.04.004>
- Gonzales Romero, V. I., Timoteo Yovera, P. S., Vásquez Chávez, R. J., & Hao Wang, C. (2017). Introducción de la línea gastronómica de la Agencia De Turismo Receptivo Peruana Cóndor

Travel al mercado Estadounidense en el año 2018.

GOREA, G. R. A. (2019). *Acuerdo Concertado de Gobernabilidad para el Desarrollo Humano Integral 2019-2022 de Amazonas*.

Hernández, R. D. (2015). Gestión y planificación de rutas turísticas gastronómicas: estudio de caso en la provincia de Córdoba.

Kovačević, N. D., Kovačević, L., Stankov, U., Dragičević, V., & Miletić, A. (2018). Applying destination competitiveness model to strategic tourism development of small destinations: The case of South Banat district. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 114–124. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.01.002>

López-Guzmán, T., & Jesús, M. M. (2011). Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. *Tourism & Management Studies*, 922–929.

MINCETUR. (2008). *Manual de Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos para Restaurantes y Servicios afines Gestión de Servicio*.

MINCETUR. (2014). *Desarrollo e Innovación de Productos Turísticos en Regiones 2015 - 2016*.

MINCETUR. (2018). Nivel de satisfacción del turista nacional y extranjero que visita AMAZONAS, 32.

MPNPE, M. de P. N. y P. E. (2018). *Guía para la elaboración de políticas públicas*.

Oddone, N., & Granato, L. (2010). GOBIERNOS LOCALES Y REDES ASOCIATIVAS: ESTRATEGIAS PARA LA CIUDAD DIGITAL Apuntes sobre la experiencia argentina. *Revista TENDENCIAS*, 9(2), 69–85.

Pascarella, R., & Fontes Filho, J. R. (2010). Competitividad de los destinos turísticos. Modelo de evaluación basado en las capacidades dinámicas y sus implicancias en las políticas públicas. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 19(1), 1–17.

PromPerú. (2021). *Perfil del vacacionista motivado por Gastronomía* (Turismo in).

Sánchez, L. F., Cotilla, Z. R., Rodríguez, J. M. P., & Manfugás, J. M. E. (2016). Estrategias para el Fortalecimiento del Turismo Gastronómico en el Cantón Pastaza, Ecuador. *Revista Amazónica Ciencia Y Tecnología*, 5(2), 118–136.

Torres-Melo, J., & Santander, J. (2013). *Introducción a las políticas públicas: Conceptos y*

herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía (IEMP edici).

Tramontin, M., Rúbia, G., Gonçalves, G., & Manoel, J. (2010). Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico Estudios. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 19(5), 776–791.

Vasco, E. J. G. (2017). *Plan estratégico de la gastronomía y alimentación de euskadi 2020.*