

Metodología para el Diseño de una Ruta Gastronómica en el Distrito de Pachacamac

Methodology for Designing a Gastronomic Route in the District of Pachacamac

 Pedro L. Pizarro-Ramos  Jorge A. Cerna-Hernández  Raúl A. Ildefonso-Tello

pedro.pizarro@ulcb.edu.pe 

Universidad Le Cordon Bleu. Lima, Perú

Recibido: 04/04/2024

Revisado: 17/05/2024

Aceptado: 22/06/2024

Publicado: 30/06/2024

RESUMEN

El estudio se llevó a cabo en el distrito de Pachacamac, un destino conocido por su destacada oferta de una variedad de platos provenientes de las tres regiones del país, con una especial preeminencia de la comida andina. El establecimiento que sirvió como piloto para generar la Metodología para el diseño de una Ruta Gastronómica fue seleccionado a través de una serie de criterios que evalúen diferentes aspectos del restaurante, respaldado por López *et al.* (2022). Para identificar las características del visitante se utilizó un cuestionario de 11 preguntas cerradas en Microsoft Forms, validado por tres especialistas, administrado en 4 sesiones de cada fin de semana y analizados con IBM SPSS Statistics. La encuesta se llevó a cabo en la Plaza de Armas del Distrito de Pachacamac durante las ferias gastronómicas que se realiza cada fin de semana. La muestra incluyó 383 personas y se centró en aspectos demográficos, psicográficos y conductuales. Los resultados revelaron que para proponer una metodología para diseñar una ruta gastronómica en el distrito de Pachacamac implica diseñar un recorrido articulando el patrimonio cultural o natural que permita a los participantes descubrir y disfrutar de la oferta culinaria de este distrito. De ello se infiere que es importante contemplar el análisis, selección de punto de interés, diseño del recorrido, alianzas, material promocional, prueba piloto, monitoreo y mapeo. **Palabras clave:** Metodología, ruta turística, ruta gastronómica, Pachacamac.

ABSTRACT

The study was conducted in the district of Pachacamac, a destination recognized for its significance in offering a variety of dishes from the three regions of the national territory. The establishment that served as the pilot to generate the Methodology for designing a Gastronomic Route was selected through a series of criteria that evaluated different aspects of the restaurant, supported by López *et al.* (2022). To identify the characteristics of the visitor, an 11-question closed questionnaire in Office Forms was used, validated by three specialists, administered in 4 sessions each weekend, and analyzed with IBM SPSS Statistics. The survey was conducted



in the Plaza de Armas of the District of Pachacamac during the gastronomic fairs held every weekend. The sample included 383 people and focused on demographic, psychographic, and behavioral aspects. The results revealed that proposing a methodology to design a gastronomic route in the district of Pachacamac involves designing a route that integrates cultural or natural heritage, allowing participants to discover and enjoy the culinary offerings of this district. From this, it is inferred that it is important to consider analysis, selection of points of interest, route design, partnerships, promotional material, pilot testing, monitoring, and mapping. **Keywords:** Methodology, tourist route, gastronomic route, Pachacamac.

INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial de Turismo (OMT) El turismo gastronómico se define como un tipo de viaje en el que los visitantes participan en actividades y disfrutan de productos culinarios característicos del lugar al que viajan. Además de disfrutar de deliciosas culinarias auténticas y tradicionales, este tipo de turismo puede incluir visitas a productores locales, asistencia a festivales gastronómicos, e incluso clases de cocina. Dentro de esta categoría está el enoturismo, que se enfoca en visitar viñedos y bodegas, así como en la degustación y compra de vino local (OMT, 2019).

La competitividad de un destino turístico se desarrolla mediante la planificación y gestión estratégica de sus ventajas comparativas y competitivas. Esto implica la creación de productos diferenciados y de alta calidad que ofrezcan experiencias únicas y valor añadido a los turistas. Una planificación adecuada es crucial para aumentar la competitividad de los destinos turísticos, maximizar los efectos positivos del turismo, minimizar los negativos, prever los cambios en las necesidades y preferencias de los consumidores, ajustar la oferta, reducir las deficiencias del destino y combatir la estacionalidad (OMT, 2023).

La gastronomía es el estudio fundamentado de lo que consumimos y la manera en que lo

hacemos. Es un campo interdisciplinario que investiga y crea procesos fisicoquímicos, culturales y socioeconómicos relacionados con cómo los seres humanos cultivan, procesan, distribuyen y consumen alimentos y bebidas de calidad, los cuales influyen en su bienestar físico, mental y social (Gobierno Vasco, 2017).

La cadena de valor de la gastronomía, y por extensión del turismo gastronómico, abarca un ámbito más amplio, enriquecedor y satisfactorio para los turistas, llegando a ser el principal motivo de su viaje. La gastronomía no se limita a un solo plato, sino que se construye a través de una cadena de valor que incluye la producción y procesamiento de alimentos, su distribución, transformación y finalmente su consumo. Este proceso añade valores como los paisajes gastronómicos, la identidad cultural y culinaria del destino, y el patrimonio material e inmaterial (oficios culinarios, recetas tradicionales, utensilios, etc.). Además, se relaciona con otros factores que influyen en mayor o menor medida, como las políticas públicas, la regulación administrativa, las infraestructuras, y la formación e investigación.

Barrera (2010), precisó que las rutas alimentarias se fundamentan en la conexión entre la producción primaria y el turismo. Los alimentos más emblemáticos de cada región se convierten en un recurso turístico; en torno a ellos se desarrolla una red social y una

cultura de producción y consumo que resulta muy atractiva para los visitantes. Barreira y Bringas (2009) las Rutas Alimentarias son itinerarios turísticos que brindan servicios y productos que facilitan un recorrido lúdico para descubrir la cultura y la historia de los alimentos que reflejan la identidad de una región. No obstante, tienen un objetivo más profundo: resaltar el significado sim-

bólico de los alimentos y transformarlos de simples elementos de la experiencia turística en recursos culturales de gran relevancia. Crear una ruta gastronómica en el distrito de Pachacamac implica diseñar una metodología que permita a los participantes descubrir y disfrutar de la oferta culinaria de este distrito. Aquí presentamos una metodología paso a paso para crear una ruta gastronómica:

Tabla 1.

Metodología para el diseño de una ruta gastronómica en el Distrito de Pachacamac

Metodología para el Diseño de una Ruta Gastronómica en el Distrito de Pachacamac	
1. Investigación y análisis	1.1. Definir el objetivo y el público 1.2. Análisis del entorno
2. Selección de puntos de interés	2.1. Criterios de selección 2.2. Diversidad
3. Diseño del recorrido	3.1. Mapa y logística 3.2. Diversidad
4. Colaboración y alianzas	4.1. Contactar con los establecimientos 4.2. Acuerdos y promociones
5. Desarrollo de materiales	5.1. Guía de la ruta 5.2. Material Promocional
6. Herramientas y recursos	6.1. Software de mapeo 6.2. Redes sociales 6.3. Plataformas de turismo
7. Sostenibilidad y expansión	7.1. Mantenimiento de la ruta 7.2. Expansión
8. Ejecución y monitoreo	8.1. Seguimiento 8.3. Evaluación continua
9. Lanzamiento y promoción	9.1. Campaña de marketing 9.2. Eventos de lanzamiento
10. Implementación	10.1. Prueba piloto 10.2 Ajustes y mejoras

Crear una ruta gastronómica es un proceso dinámico que requiere investigación, planificación y colaboración. Al seguir esta metodología, se puede desarrollar una ruta gastronómica que destaque la riqueza culinaria ofertada en el distrito de Pachacamac. OMT (2012) las rutas gastronómicas son los productos turísticos más avanzados y refinados de un territorio. Es

interesante observar que esta organización las entiende desde un enfoque sistémico, incorporando aspectos como el branding o la imagen de marca del destino, productos en serie, y su capacidad para dinamizar las economías locales.

En este contexto, la propuesta de la OMT nos lleva al ámbito de la gestión. Para los fines

de esta investigación, se seleccionó el restaurante Huancahuasi como el más representativo. Para alcanzar este objetivo, se tomaron en cuenta diversos criterios que evaluaron diferentes aspectos del restaurante. A continuación, se presenta un organizador visual que incluye una lista de estos criterios de evaluación.

Tabla 2.

Criterios para articular el establecimiento más representativo a la ruta gastronómica del Distrito de Pachacamac

Criterios para articular el establecimiento más representativo a la ruta gastronómica del Distrito de Pachacamac	
1. Calidad de la comida	1.1. Sabor y presentación 1.2. Ingredientes 1.3. Variedad
2. Autenticidad	2.1. Tradición y cultura 2.2. Recetas tradicionales
3. Servicio al cliente	3.1. Atención 3.2. Rapidez 3.3. Conocimiento del menú
4. Ambiente y decoración	4.1. Ambiente 4.2. Decoración 4.3. Limpieza
5. Relación calidad-precio	5.1. Precios 5.2. Promociones
6. Reputación y opiniones	6.1. Críticas 6.2. Reseñas en línea 6.3. Premios y Reconocimientos
7. Innovación y creatividad	7.1. Nuevas propuestas 7.2. Adaptación a tendencias
8. Sostenibilidad	8.1. Prácticas ecológicas 8.2. Proveedores locales
9. Accesibilidad	9.1. Ubicación 9.2. Instalaciones para discapacitados
10. Experiencia general	10.1. Satisfacción 10.2. Fidelización

Rolfini (2015) describió, una vez decidido lo que se quiere mostrar, es necesario documentar la ruta. Esto implica dos tareas simultáneas: Explorar la zona mediante trabajo de campo y recopilar información de libros, periódicos, revistas y páginas web. Esta información es crucial para seleccionar acertadamente los lugares que formarán parte del recorrido y proporcionar a los participantes los contextos necesarios para que comprendan plenamente lo que están conociendo y degustando. Además, entre un punto y otro, se pueden contar historias formales e informales que añaden ritmo y color a la ruta.

damente los lugares que formarán parte del recorrido y proporcionar a los participantes los contextos necesarios para que comprendan plenamente lo que están conociendo y degustando. Además, entre un punto y otro, se pueden contar historias formales e informales que añaden ritmo y color a la ruta.

Es fundamental destacar que los platos típicos ofrecidos en el distrito de Pachacamac suelen estar inspirados mayoritariamente en la cocina andina, aunque también es posible encontrar platos de otras regiones del Perú. Según las entrevistas realizadas, cuando se preguntó sobre los platos típicos del distrito, las respuestas incluyeron opciones como la pachamanca, patasca, chicharrón de cerdo, cuy chactado, entre otros, todos ellos profundamente arraigados en la tradición culinaria de la región andina del Perú. Sin embargo,

se destacó de manera especial la Huatia Pachacamina, un plato tradicional del distrito, elaborado con carne de res, hierba buena, culantro asemillado, ají panca, ají mirasol, pimienta, sal, orégano, vinagre y chicha de jora. Este plato se sirve acompañado de yuca amarilla y arroz, y se consume especialmente durante los almuerzos de los días miércoles. A continuación, se propone una serie de criterios para identificar los platos típicos provenientes de las tres regiones del país, con una especial prominencia de la comida andina.

Tabla 3.

Criterios para identificar los platos típicos de la gastronomía nacional y local que se ofertan en el Distrito de Pachacamac

Criterios para identificar los platos típicos de la gastronomía nacional y local que se ofertan en el Distrito de Pachacamac	
1. Investigación Documental	1.1. Libros y Guías Gastronómicas 1.2. Sitios web y blogs especializados
2. Visita a mercados y ferias locales	2.1. Mercados de alimentos 2.2. Ferias Gastronómicas
3. Entrevistas o conversaciones	3.1. Cocineros y restauranteros 3.2. Habitantes Locales
4. Análisis de Menús en Restaurantes	4.1. Restaurantes Populares 4.2. Restaurantes Especializados
5. Observación Directa	5.1. Frecuencia de Platos 5.2. Recomendaciones del Personal
6. Consultas a expertos	6.1. Historiadores y antropólogos:
7. Uso de redes sociales y plataformas en línea	7.1. Redes sociales 7.2. Reseñas y opiniones en línea
8. Participación en Talleres y Clases de Cocina	8.1. Clases de cocina local:
9. Recursos Audiovisuales	9.1. Programas de televisión 9.2. Videos en línea

Martínez (2019) precisó que el diseño de una ruta gastronómica permite preservar la cultura gastronómica, a través de una variedad de platos tradicionales que establecen una guía con una estructura específica, conectando diferentes destinos. Esto garantiza a los turistas una experiencia única y placentera.

Para identificar los recursos turísticos culturales o naturales que se pueden articular a la ruta gastronómica del Distrito de Pachacamac, se consultó con el inventario de recursos turísticos que se encuentra en la base del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). De los cuales considera-

mos prioritarios su articulación lo siguiente: Museo de Sitio y Santuario de Pachacamac; Alameda del Caballo de Paso Peruano; Cerro Pan de Azúcar; Iglesia del Santísimo Salvador de Pachacamac; Leyenda de las Islas de Pachacamac; Lomas de Lúcumo; Lomas de Pachacamac; Plaza de Armas de Pa-

chacamac; Semana Santa en Pachacamac.

El turista que visita el distrito de Pachacamac con fines gastronómicos puede ser perfilado considerando diversas características demográficas, psicográficas y conductuales. Se presenta un análisis detallado de dichas características:

Tabla 4.

Perfil del visitante gastronómico del Distrito de Pachacamac

Perfil del visitante gastronómico del Distrito de Pachacamac	
1. Demográficas	1.1. Edad 1.2. Género 1.3. Nivel Socioeconómico 1.4. Procedencia
2. Psicográficas	2.1. Intereses 2.2. Estilo de Vida 2.3. Valores
3. Conductuales	3.1. Motivaciones 3.2. Frecuencia de Visitas 3.3. Lealtad
4. Intereses Específicos en Pachacamac	4.1. Platos Típicos 4.2. Ingredientes Locales 4.3. Experiencias Culturales
5. Comportamiento de Compra	5.1. Gasto 5.2. Planificación 5.3. Opinión y Recomendación
6. Expectativas	6.1. Calidad y Autenticidad 6.2. Servicio al Cliente 6.3. Ambiente

Según la OMT (2023), el turismo gastronómico se describe como una modalidad de viaje en la que los turistas se involucran en experiencias relacionadas con la comida y disfrutan de la gastronomía típica del destino que visitan. Además de degustar platos auténticos y tradicionales, este tipo de turismo puede incluir actividades como visitas a productores locales, participación en festivales gastronómicos e incluso la toma de clases de cocina.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio se llevó a cabo en el distrito de Pachacamac debido a su relevancia en la oferta y consumo de platos típicos de la gastronomía local y nacional. Se propuso una metodología para diseñar una ruta gastronómica en dicho distrito, que incluyó visitas técnicas a la “Ruta del Pisco”, donde se analizó la metodología de las bodegas "Lazo, Catador

y Tacama". Además, se realizaron cuatro visitas técnicas al Distrito de Pachacamac para identificar establecimientos que podrían integrarse en una ruta gastronómica, respaldado por el Inventario de Recursos Turísticos del MINCETUR. Estas visitas también permitieron implementar y aplicar un cuestionario estructurado a través de Microsoft Forms, con 11 preguntas cerradas, administrado en cuatro sesiones de trabajo. Los datos recopilados se almacenaron en formato MS Excel y se analizaron estadísticamente con IBM SPSS Statistics. Para asegurar la validez del cuestionario, fue evaluado por tres expertos en el campo.

La encuesta se realizó en la Plaza de Armas de Pachacamac durante las ferias gastronómicas de los fines de semana y también encuestando a personas que salían de los restaurantes durante cuatro sábados consecutivos. La selección de restaurantes se basó en la información del directorio nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados de MINCETUR. El enfoque de la encuesta fue descriptivo, buscando identificar el perfil del visitante gastronómico en el distrito. Conocer este perfil es esencial para el desarrollo y sostenibilidad de la ruta gastronómica, ayudando a mejorar la oferta actual y adaptarse a futuras tendencias, garantizando que el destino sea atractivo y beneficioso para la comunidad local. Se emplearon preguntas cerradas para facilitar el análisis y comparación de datos. La muestra consistió en 383 personas seleccionadas aleatoriamente en la feria gastronómica semanal y a la salida de restaurantes. La encuesta se estructuró en dimensiones demográficas, psicográficas y conductuales, todas relacionadas con la experiencia gastronómica en el Distrito de Pachacamac.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados de la figura 1 indican que, el 83,8 % de los encuestado precisaron que una ruta gastronómica en el Distrito de Pachacámac “*si, contribuiría a desarrollar el turismo gastronómico*”.

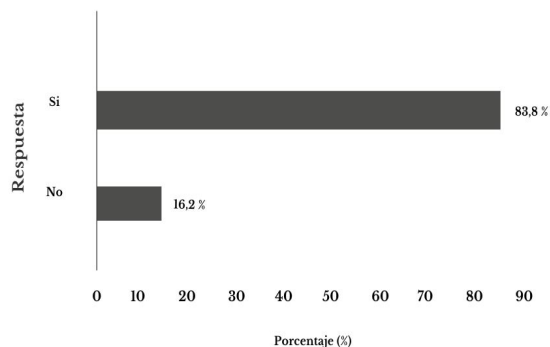


Figura 1. Percepción del impacto de una ruta gastronómica en Pachacamac

El análisis sobre la percepción del impacto de una ruta gastronómica en Pachacámac para el desarrollo del turismo gastronómico, muestra que una amplia mayoría cree que contribuiría de manera positiva. Esto destaca el reconocimiento del potencial de la gastronomía local para atraer visitantes y promover el crecimiento económico del distrito. Aprovechando esta percepción favorable y abordando cualquier preocupación identificada, Pachacámac puede avanzar en el desarrollo de una oferta gastronómica única y atractiva que atraiga a más visitantes y beneficie a la comunidad local. La (OMT, 2023) explicó que la cadena de valor en el sector turístico comprende una serie de actividades primarias y de respaldo que son estratégicamente fundamentales para su funcionamiento. Las actividades primarias engloban procesos como la elaboración de políticas y la planificación integral, el desarrollo de productos turísticos, su comercialización, la pro-

moción y el marketing, la distribución y venta, así como la gestión de operaciones y servicios en los destinos turísticos. Por otro lado, las actividades de respaldo incluyen el transporte, la infraestructura, el desarrollo de recursos humanos, la innovación tecnológica y otros bienes y servicios que, aunque no estén directamente ligados al turismo, influyen de manera significativa en el valor total de esta industria.

Los resultados de la figura 2 indican que, el 74,7 % de los encuestado precisaron que el Distrito de Pachacámac, “*si puede convertirse en un destino turístico gastronómico*”.

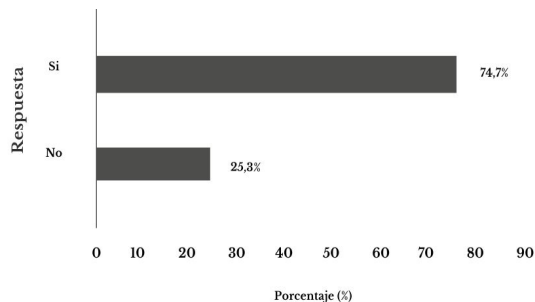


Figura 2. Potencial del Distrito de Pachacamac para convertirse en un destino turístico gastronómico

La percepción sobre el potencial del Distrito de Pachacámac para convertirse en un destino turístico gastronómico muestra una mayoría significativa de respuestas afirmativas. De los 383 encuestados, 286 (74,7 %) creen que Pachacámac tiene el potencial para desarrollarse como un destino turístico centrado en la gastronomía. En contraste, 97 encuestados (25,3 %) no comparten esta opinión. Al respecto Sosa et al. (2020) sobre el potencial de los destinos turísticos gastronómicos precisa que estos deben incluir un análisis socioeconómico, una evaluación de las tradiciones y la cultura local, la delimitación de zonas turísticas en la región, la elaboración de un inventario de recursos naturales y cul-

turales, y, por último, un informe detallado sobre el potencial turístico de la localidad.

Los resultados de la figura 3 indican que, el 68,4 % de los encuestado precisaron que la satisfacción de un comensal respecto al plato que consume, depende de “*los ingredientes*”.

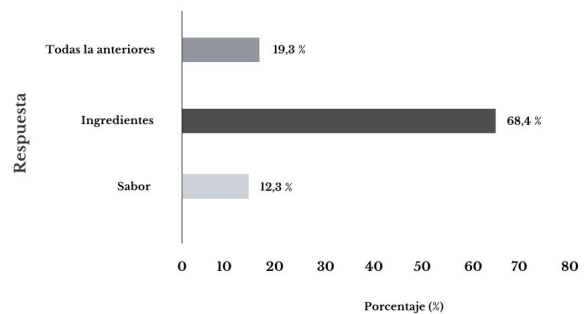


Figura 3. Factores que influyen en la satisfacción del comensal con su plato

El análisis sobre los factores que influyen en la satisfacción del comensal con su plato muestra que la mayoría de los encuestados atribuye la satisfacción principalmente a la calidad de los ingredientes. Aunque el sabor también es reconocido como un factor importante, la presentación y la textura no fueron mencionadas como determinantes significativos según los encuestados. Sin embargo, una proporción significativa reconoce la importancia de todos los aspectos, incluyendo ingredientes, presentación, textura y sabor, en la satisfacción del comensal. Reyes et al. (2023) precisaron que la abundancia de recursos biológicos y la diversidad cultural del país se reflejan en una gran variedad culinaria, que muestra las particularidades distintivas de cada área geográfica y las costumbres arraigadas en las diversas comunidades étnicas que conviven en el territorio.

Los resultados de la figura 4 indican que, el 63,2 % de los encuestado precisaron que una de las razones por la cual visitarían el distrito de Pachacamac por razones de ocio, sería para participar de “*actividades culturales*”.

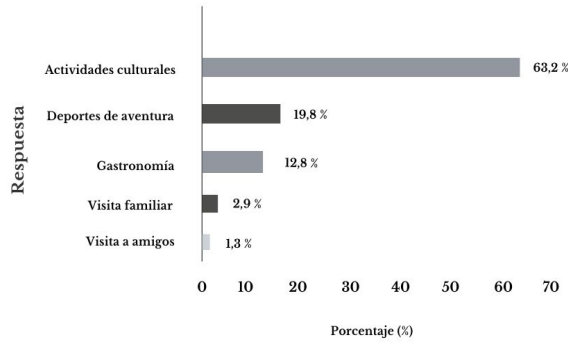


Figura 4. Motivo principal por el cual los encuestados visitarían el distrito de Pachacamac

La razón principal por la cual los encuestados visitarían el distrito de Pachacamac por fines de ocio está fuertemente centrada en las actividades culturales. De un total de 383 encuestados, 242 mencionaron esta razón, representando el 63,2 % del total. Otras razones mencionadas incluyen deportes de aventura, gastronomía, visitas familiares y visitas a amigos, con notables ausencias en actividades de naturaleza. Sosa *et al.* (2020) el propósito de desarrollar una ruta gastronómica es con el fin de proponer una iniciativa que impulse el desarrollo económico local a través del turismo gastronómico haciendo el diagnóstico de los recursos turísticos con la ficha del MINCETUR de Perú para el diseño del producto turístico. Los resultados deben incluir un estudio geo socioeconómico, un análisis de las tradiciones y la cultura local, la zonificación turística del área, la elaboración de una ficha de inventario de recursos naturales y culturales, y finalmente, un informe sobre el potencial turístico de la localidad.

Los resultados de la figura 5 indican que, el 94 % de los encuestado precisaron que los restaurantes existentes en el distrito de Pachacamac, “*si contribuyen a la identidad gastronómica de este distrito*”.

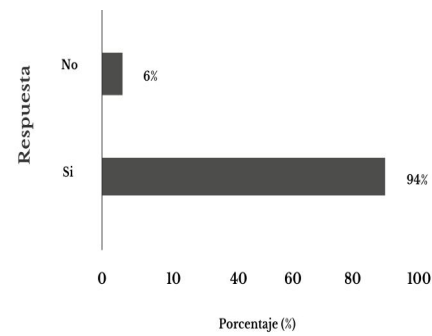


Figura 5. Los restaurantes en Pachacamac enriquecen su identidad gastronómica

La mayoría de los encuestados cree que los restaurantes existentes en el distrito de Pachacamac contribuyen a su identidad gastronómica. De los 383 encuestados, 360 (94 %) consideran que los restaurantes juegan un papel significativo en la formación y promoción de la identidad gastronómica del distrito. En contraste, solo 23 encuestados (6 %) no comparten esta opinión. Durante el período de la República, la meta de establecer una nación unificada se guiaba por la ideología del mestizaje, según lo señalado por Toledo (2002). La gran variedad de la gastronomía peruana se sustenta en tres fuentes: la particularidad de la geografía del Perú, la mezcla de culturas y la adaptación de culturas milenarias a la cocina moderna.

CONCLUSIONES

La metodología para seleccionar el establecimiento más representativo en la ruta gastronómica del Distrito de Pachacamac comenzó con visitas de campo a la ruta del Pisco y diversos puntos de Pachacamac. Durante estas

visitas, realizadas en diferentes fechas, se degustaron alimentos y bebidas para obtener una visión integral de la oferta gastronómica local. Posteriormente, se desarrollaron indicadores de evaluación específicos que fueron aplicados de manera uniforme a todos los establecimientos gastronómicos del distrito de Pachacamac. Estos indicadores incluían criterios como la calidad de los alimentos, la autenticidad de los platos, el nivel de servicio y la atmósfera del lugar. A través de esta evaluación, el restaurante Huancahuasi fue identificado como el establecimiento más representativo para ser integrado en la ruta gastronómica. Este enfoque metodológico asegura una selección sistemática y objetiva, priorizando tanto la excelencia culinaria como otros factores relevantes para la experiencia del visitante.

El diseño de los criterios para identificar los platos típicos de la oferta gastronómica en el distrito de Pachacamac se fundamentó en una metodología exhaustiva que incluyó investigación documental, visitas a ferias gastronómicas, entrevistas con expertos locales, análisis de menús en restaurantes, revisión de recursos audiovisuales y observación directa. Este enfoque permitió obtener una visión integral de la oferta culinaria en Pachacamac, que se asocia principalmente con la cocina andina, aunque también incluye platos de otras regiones del Perú. A través de este proceso, se identificó que el plato local más representativo y característico de Pachacamac es la "Huatia Pachacamina".

Para identificar los recursos turísticos culturales y naturales que podrían integrarse en la ruta gastronómica del Distrito de Pachaca-

mac, se utilizó una metodología que incluyó la consulta del inventario de recursos turísticos de la base de datos de MINCETUR y la verificación de su estado mediante visitas de campo. Se priorizaron los siguientes recursos: Museo de Sitio y Santuario de Pachacamac, Alameda del Caballo de Paso Peruano, Cerro Pan de Azúcar, Iglesia del Santísimo Salvador de Pachacamac, Leyenda de las Islas de Pachacamac, Lomas de Lúcumo, Lomas de Pachacamac, Plaza de Armas de Pachacamac, Semana Santa en Pachacamac, y Bioagricultura Casa Blanca, Paseo de los Incas. Aunque existen otros recursos turísticos de igual importancia que podrían beneficiar a la ruta gastronómica, es esencial ajustar los horarios de atención a la disponibilidad de los visitantes para maximizar su accesibilidad y disfrute.

Para elaborar el perfil del visitante de Pachacamac con un enfoque metodológico, se diseñó y aplicó una encuesta estructurada que abarcó dimensiones demográficas, psicográficas y conductuales. La encuesta se desarrolló con el objetivo de identificar las características distintivas del visitante gastronómico en Pachacamac. Se recopiló información detallada sobre sus preferencias, motivaciones y comportamientos relacionados con la gastronomía y el turismo cultural. Los resultados revelaron que el turista gastronómico se destaca por su apreciación por la comida local y la cultura, su disposición para explorar nuevos sabores y experiencias, y su inclinación hacia compartir sus descubrimientos culinarios con otros. Este enfoque metodológico aseguró una comprensión profunda y sistemática del perfil del visitante, fundamentando así la estrategia de desarrollo de experiencias gastronómicas en Pachacamac.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barrera, E. (2010) Las rutas alimentarias: una estrategia de desarrollo que vincula los alimentos con identidad local y el turismo. México. http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/barrera/pdf/10_rural.pdf.
- Toledo, G. (2022). Influencia de la cultura gastronómica peruana en el desarrollo de emprendimiento de inmigrantes en la ciudad de Iquique, 2016-2020. [Tesis de doctorado, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio institucional de la UPT. <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/2477>
- Barrera, E., y Bringas, O. (2009). Rutas Alimentarias: una estrategia de negociación inclusiva que rige las políticas agrícolas y turísticas. *Études Caribéennes*. <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.3828>
- Gobierno Vasco (2017) Plan Estratégico de la Gastronomía y Alimentación de Euskadi. https://www.euskadi.eus/contenidos/plandepartamental/pega/es_def/adjuntos/PEGA.pdf
- López, A., Muñoz, J., y Valle, D. (2022). Percepción de la calidad en restaurantes: un análisis mixto con redes neuronales. *Estudios Gerenciales*, 38(165), 449-463. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2022.165.5235>
- Martínez, L. (2019). Diseño de una ruta gastronómica de los emprendimientos de comidas típicas en la ciudad de Santo Domingo para el aporte al desarrollo turístico, 2018. [Tesis de ingeniero, Universidad Regional Autónoma de Los Andes]. Repositorio institucional de la UNIANDES. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/10162>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). Definiciones de turismo de la OMT. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2023). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284420995?role=tab>.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2012). Global Report on Food Tourism - AM Reports: Volume four. UNWTO. World Tourism Organization.
- Reyes, E., Valdés, M., Santacoloma, O., y Fierro, D. (2023). El Modelo metodológico para el diseño de rutas gastronómicas en el Ecuador. *Revista Ciencia y Tecnología*. <https://doi.org/10.47189/rcct.v23i39.618>.

Rolfini, V. (2015) *Cómo organizar una ruta gastronómica en 7 pasos*. <https://elstimulo.com/bienmesabe/como-organizar-una-ruta-gastronomica-en-7-pasos/>.

Sosa, J. Nieblas, M., Báez, M., y Moncayo, L. (2020). Diseño de una ruta gastronómica desde la perspectiva del turismo comunitario en la localidad del Paredón Colorado. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera* 33. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi33.344>