

UNIVERSIDAD LE CORDON BLEU



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA: GASTRONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL

IDENTIFICACIÓN DE RECURSOS GASTRONÓMICOS PREFERIDOS POR LOS VACACIONISTAS LIMEÑOS DURANTE SEMANA SANTA EN EL DISTRITO DE CATACAOS- PIURA 2019.

Tesis para optar el Título Profesional de:

LICENCIADO EN GASTRONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL

AUTOR:

GERARDO ALEJANDRO VIDAL HUERTA

ASESOR:

MAG. PEDRO PIZARRO RAMOS

Lima, Perú

2020



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Lima, Distrito de Magdalena, a las 11:00 horas del día 06 de febrero del 2020, se reunió el Jurado Examinador de Sustentación y Defensa de la Tesis: *"Identificación de recursos gastronómicos preferidos por los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos – Piura 2019"*, presentada por el Bachiller **GERARDO ALEJANDRO VIDAL HUERTA**, para optar el Título Profesional de **Licenciado en Gastronomía y Gestión Empresarial** conformado por los profesores:

Dr. Augusto Enrique Dalmau García Bedoya - Presidente
 Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes- Miembro
 Mg. Pedro Luis Pizarro Ramos - Miembro

- Luego de instalado el Jurado Examinador, se procedió dar cumplimiento a las siguientes etapas:
- El Presidente del Jurado invitó a la sustentante a realizar su presentación por un tiempo no mayor de 30 minutos.
 - Terminada la presentación de la tesis, el jurado evaluador procedió a realizar preguntas sobre aquellos aspectos pertinentes para determinar los conocimientos sobre el tema y la ejecución de la investigación.
 - Luego de escuchar las respuestas a las interrogantes formuladas, el Jurado Examinador deliberó en privado la calificación del trabajo de investigación y su correspondiente defensa.
 - Cada miembro del Jurado Examinador estableció individualmente su calificación de acuerdo al reglamento de grados y títulos.
 - A continuación, el Presidente del Jurado verificó la calificación de cada miembro y procedió a establecer la calificación de la tesis en escala vigesimal con la siguiente mención:

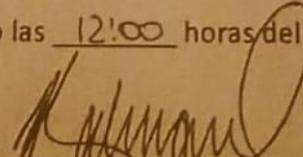
SOBRESALIENTE	20-18 ()
MUY BUENO	17-16 (X)
BUENO	15-13 ()
DESAPROBADO	< 13 ()

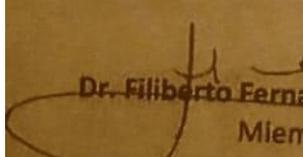
Finalmente, el Presidente del Jurado Examinador invitó a la sustentante para recibir el veredicto de la calificación obtenida.

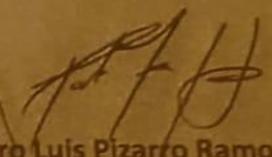
El Jurado Examinador deja constancia con su firma, que el veredicto final de calificación de la tesis presentada por el Bach **GERARDO ALEJANDRO VIDAL HUERTA** es de:

APROBADO

Concluye el acto académico, siendo las 12:00 horas del mismo día.


 Dr. Augusto Enrique Dalmau García Bedoya
 Presidente


 Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes
 Miembro


 Mg. Pedro Luis Pizarro Ramos
 Miembro

DEDICATORIA

A mis padres, hermanas y sobrinos por el amor, apoyo y confianza que me brindan. Son mi motor y mayor inspiración para lograr cada una de mis metas trazadas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios,

Agradezco a la Universidad Le Cordon Bleu y a sus docentes por haber contribuido en mi formación académica.

Agradezco a mi asesor Mag. Pedro Pizarro, por el tiempo y apoyo constante brindado durante el desarrollo de este trabajo de investigación.

Agradezco a mis amigos con quienes compartí dentro y fuera de la universidad. Gracias por todo su apoyo y cariño.

Agradezco a mi tío Gerardo Vidal y su familia, por hacerme sentir en casa durante mi estadía en Piura.

Agradezco a la Asociación de Picanterías de Catacaos, por su amabilidad, hospitalidad y ganas de compartir su tradicional gastronomía. Mucho respeto y admiración para cada una de las picanterías visitadas, quienes me brindaron valiosa información para culminar este trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal identificar los recursos gastronómicos preferidos por los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos – Piura (2019). Por ello, el tipo de investigación que se realizó fue de corte mixto (cualitativo y cuantitativo). En primer lugar, para analizar el potencial de los productos locales, se efectuó una revisión bibliográfica, seguida de reuniones y entrevistas con diferentes actores involucrados en el desarrollo gastronómico y turístico de Catacaos - Piura. Después, se diseñaron las encuestas que fueron aplicadas a una muestra de vacacionistas limeños en Catacaos y a los establecimientos de alimentos y bebidas.

Entre los resultados, se obtuvieron estadísticas que describen a los visitantes que recibe Catacaos durante Semana Santa. Además, a la tradicional ronda criolla como producto con potencial gastronómico en base a las preferencias de los vacacionistas limeños. Por otro lado, se concluyó que existen necesidades insatisfechas, que no permiten aprovechar al máximo los recursos gastronómicos de Catacaos. Sin embargo, los dueños de las picanterías encuestadas mencionaron la posibilidad de brindar una experiencia adicional a la del consumo de alimentos y bebidas locales en los establecimientos.

Palabras clave: Turismo, Gastronomía, Recurso gastronómico, Vacacionista, Catacaos – Piura, Semana Santa.

ABSTRACT

The main objective of this research was to identify the gastronomic resources preferred by Lima vacationers during Easter celebrations in the district of Catacaos - Piura (2019). Therefore, the type of research that was carried out was mixed (qualitative and quantitative). First, to analyze the potential of local products, a literature review was carried out, followed by meetings and interviews with different actors involved in the gastronomic and tourist development of Catacaos - Piura. Afterwards, surveys were designed and applied to a sample of Lima vacationers in Catacaos and food and beverage establishments.

Among the results, statistics were obtained describing the visitors Catacaos receives during Holy Week. Additionally, according to the surveys carried out, it was determined that Ronda Criolla was a product with gastronomic potential based on the preferences of Lima vacationers. On the other hand, it was concluded that there are unmet needs, which do not allow the possibility of taking full advantage of the gastronomic resources of Catacaos. However, the owners of the Picanterías surveyed mentioned the possibility of providing an additional experience to the consumption of local food and drinks in the establishments.

Keywords: Tourism, Gastronomy, Gastronomic resource, Vacationer, Catacaos - Piura, Easter.

	Técnicas de obtención de datos	18
	Procesamiento y análisis de datos	18
	Población	19
	Muestra	19
	Cuestiones éticas	19
IV	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	21
4.1	Resultados	21
4.1.1	Encuesta a vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos-Piura	21
4.1.2	Entrevista a la autoridad local	44
4.1.3	Encuesta a las picanterías en Catacaos durante Semana Santa	48
4.2	Discusión	56
V	CONCLUSIONES	65
VI	RECOMENDACIONES	68
VII	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70
	ANEXOS	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01:	Picanterías encuestadas	19
Tabla 02:	Género de los vacacionistas limeños	21
Tabla 03:	Rango de edades de los vacacionistas limeños	22
Tabla 04:	Estado civil de los vacacionistas limeños	23
Tabla 05:	Grado de instrucción de los vacacionistas limeños	24
Tabla 06:	Ocupación de los vacacionistas limeños	25
Tabla 07:	Distrito de residencia de los vacacionistas limeños	27
Tabla 08:	Fuente de información de los vacacionistas limeños	29
Tabla 09:	Medio de transporte de los vacacionistas limeños	30
Tabla 10:	Compañía de los vacacionistas limeños	31
Tabla 11:	Permanencia en Catacaos de los vacacionistas limeños	32
Tabla 12:	Consumo de gastronomía local	33
Tabla 13:	Alimentos y bebidas consumidos por los vacacionistas limeños en Catacaos durante Semana Santa	34
Tabla 14:	Ingresos salariales de los vacacionistas limeños	36
Tabla 15:	Motivaciones para visitar a Catacaos por parte de los vacacionistas limeños	37
Tabla 16:	Frecuencia de visitas a Catacaos de los vacacionistas limeños	39
Tabla 17:	Tipo de alojamiento utilizado por los vacacionistas limeños en Catacaos	40
Tabla 18:	Medio de financiamiento utilizado por los vacacionistas limeños para realizar una visita a Catacaos durante Semana Santa	42
Tabla 19:	Presupuesto por parte de los vacacionistas limeños para realizar una visita a Catacaos durante Semana Santa	43
Tabla 20:	Posibilidad de los vacacionistas para percibir por experiencia propia la gastronomía del distrito de Catacaos en Semana Santa	48
Tabla 21:	Conservación de la gastronomía autóctona del distrito de Catacaos en Semana Santa	49
Tabla 22:	Platos tradicionales del distrito de Catacaos durante Semana	50

Santa

Tabla 23:	Platos típicos del distrito de Catacaos	51
Tabla 24:	Platos típicos del distrito de Catacaos que dejaron de prepararse	53
Tabla 25:	Ingredientes autóctonos de la gastronomía Cataquense	54
Tabla 26:	Es posible que los visitantes puedan aprender de parte de los establecimientos de alimentos y bebidas a elaborar algunos platos típicos de la gastronomía Cataquense	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01:	Características del vacacionista limeño	12
Figura 02:	Lugares de arribo del vacacionista limeño	13
Figura 03:	Acompañamiento, medio de transporte y opciones de alojamiento del vacacionista limeño	13
Figura 04:	Gastos y financiamiento del vacacionista limeño	14
Figura 05:	Género de los vacacionistas limeños	21
Figura 06:	Rango de edades de los vacacionistas limeños	22
Figura 07:	Estado civil de los vacacionistas limeños	23
Figura 08:	Grado de instrucción de los vacacionistas limeños	24
Figura 09:	Ocupación de los vacacionistas limeños	26
Figura 10:	Distrito de residencia de los vacacionistas limeños	28
Figura 11:	Fuente de información de los vacacionistas limeños	29
Figura 12:	Medio de transporte de los vacacionistas limeños	30
Figura 13:	Compañía de los vacacionistas limeños	31
Figura 14:	Permanencia en Catacaos de los vacacionistas limeños	32
Figura 15:	Consumo de gastronomía local	33
Figura 16:	Alimentos y bebidas consumidos por los vacacionistas limeños en Catacaos durante Semana Santa	35
Figura 17:	Ingresos salariales de los vacacionistas limeños	36
Figura 18:	Motivaciones para visitar a Catacaos por parte de los vacacionistas limeños	37
Figura 19:	Frecuencia de visitas a Catacaos de los vacacionistas limeños	39
Figura 20:	Tipo de alojamiento utilizado por los vacacionistas limeños en Catacaos	40
Figura 21:	Medio de financiamiento utilizado por los vacacionistas limeños para realizar una visita a Catacaos durante Semana Santa	42
Figura 22:	Presupuesto por parte de los vacacionistas limeños para realizar una visita a Catacaos durante Semana Santa	43
Figura 23:	Posibilidad de los vacacionistas para percibir por experiencia propia la gastronomía del distrito de Catacaos en Semana	48

	Santa	
Figura 24:	Conservación de la gastronomía autóctona del distrito de Catacaos en Semana Santa	49
Figura 25:	Platos tradicionales del distrito de Catacaos durante Semana Santa	50
Figura 26:	Platos típicos del distrito de Catacaos	52
Figura 27:	Platos típicos del distrito de Catacaos que dejaron de prepararse	53
Figura 28:	Ingredientes autóctonos de la gastronomía Cataquense	54
Figura 29:	Es posible que los visitantes puedan aprender de parte de los establecimientos de alimentos y bebidas a elaborar algunos platos típicos de la gastronomía Cataquense	55

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 01:	Mapa del distrito de Catacaos	81
Fotografía 02:	Plaza de Armas - Catacaos	82
Fotografía 03:	Calle Comercio de Catacaos	83
Fotografía 04:	Comida local Cataquense	83
Fotografía 05:	Malarrabia	84
Fotografía 06:	Seco de chabelo	84
Fotografía 07:	Ronda Criolla	85

I.- INTRODUCCIÓN

Como parte de la justificación el presente trabajo de investigación, busca aportar con la revaloración de los diversos productos que ofrece el distrito de Catacaos, identificándolos en base a las preferencias de los vacacionistas limeños que visitan el distrito durante Semana Santa. La identificación de los recursos gastronómicos es importante porque es la base para desarrollar el turismo gastronómico como una nueva actividad económica. El desarrollo gastronómico de por si contribuye a incrementar la demanda turística, lo que significa que esta actividad generaría mayor puestos de trabajo tanto para los habitantes locales, como para los productores y proveedores de servicio. Por ello, esta actividad produce mayores ingresos económicos a las familias que viven en la zona de influencia de lugares turísticos. Asimismo, estudiar los recursos con potencial gastronómico es necesario para fortalecer esta industria, ya que estos permitirán contar con información actualizada, para la generación de nuevos productos. Debido a que, en la actualidad la investigación en gastronomía está mayoritariamente enfocada en la elaboración de recetas, lo cual no es del todo malo, pero la gastronomía cuenta con aspectos relacionados a la alimentación mucho más amplios y no puede resumirse solo en recetas.

El presente trabajo de investigación brinda un aporte que busca revalorar la gastronomía autóctona Cataquense y a su vez permita identificar los productos gastronómicos preferidos por los vacacionistas limeños para el desarrollo del turismo gastronómico en Catacaos. Para ello, se utilizó una metodología descriptiva de corte mixta (cualitativa y cuantitativa) basada en encuestas con preguntas de opción múltiple y entrevistas semiestructuradas realizadas a representantes del gobierno distrital de Catacaos, vacacionistas limeños y a los dueños de los establecimientos de alimentos y bebidas locales pertenecientes a la asociación de picanterías del distrito, con el objetivo de conocer la situación gastronómica de la región, poder identificar el producto con potencial gastronómico y caracterizar a los vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa. Además, se pueda aprovechar la información adecuadamente para reforzar la oferta turística de Catacaos desarrollando su

tradicional gastronomía para brindar una experiencia completa a los visitantes en la celebración de la Semana Santa. Asimismo, esta investigación permitió obtener como hipótesis que el distrito de Catacaos - Piura posee recursos gastronómicos que son preferidos por los vacacionistas limeños durante la Semana Santa. Teniendo en cuenta que dicha festividad en Catacaos, fue declarada como Patrimonio Cultural de la Nación por el Ministerio de Cultura en el año 2018, destacando la tradición religiosa y cultural que representa la Semana Santa para los habitantes del distrito y la gran cantidad de visitantes limeños que reciben cada año.

En cuanto a la situación problemática la gastronomía es una actividad rentable para el desarrollo económico de una comunidad. Diferentes estudios han revelado que para el turista de hoy en día es importante incluir como parte de su viaje, experiencias gastronómicas tradicionales de los lugares que visita. De esta manera, el turismo gastronómico ha surgido como una alternativa de ocio productivo que brinde a los turistas una experiencia adicional a la del consumo de alimentos y bebidas locales, como puede ser, el aprendizaje en la preparación, tradición e historia de sus platos más representativos, asimismo la presentación e información sobre los ingredientes autóctonos, métodos de cocción tradicionales, etc. La región de Piura, ubicada al norte del Perú, es un importante centro de desarrollo económico basado en su gastronomía y turismo. A 12 km de la ciudad se encuentra Catacaos, célebre por sus artesanías de paja y algodón, objetos en filigrana de oro y plata y exquisitos potajes como: cebiches, malarrabia, seco de cabrito, carne asada, caldo de siete carnes, seco chabelo, copús, ronda criolla, chicha y el clarito, entre otros que ofrecen sus tradicionales picanterías. Sin duda, Catacaos es un excelente lugar para encontrar una deliciosa cocina regional. Lamentablemente, el potencial turístico de Catacaos no ha sido explotado por la falta de capacidad de gestión del Estado central, regional y local. A pesar de que este rubro económico puede aportar a disminuir el porcentaje de pobreza que existe en la región. Según el perfil del vacacionista limeño, realizado por PromPeru, una buena parte de los limeños que viajan en Semana Santa desean tener experiencias agradables con la gastronomía local. A su vez esta situación traería como consecuencia una generación de oportunidades económicas para

Catacaos durante la celebración por Semana Santa, asimismo lograríamos diversificar la oferta turística de Catacaos proponiendo una nueva alternativa de desarrollo turístico para esta región.

Entonces, en relación a lo señalado previamente, Catacaos es una de las regiones del país que tiene potencial turístico, por lo que identificar los recursos gastronómicos preferidos por los vacacionistas limeños durante Semana Santa en esta ciudad es posible. La identificación de una posible ruta gastronómica en un futuro relacionada a las actividades que realizan los vacacionistas limeños ayudará a que algunas familias productoras de insumos locales, así como mini comerciantes, artesanos, entre otros actores relacionados a este ruta, puedan mejorar sus ingresos económicos. Por último, para poder identificar los recursos gastronómicos en el distrito de Catacaos, se deben tener en cuenta dos criterios importantes: El porcentaje de vacacionistas limeños que visitan la región, así como el tipo de vacacionista como cliente potencial y el porcentaje de establecimientos gastronómicos que estén dispuestos a brindar experiencias en base a su cocina tradicional a los vacacionistas limeños durante Semana Santa.

En lo que se refiere a la formulación del problema, se formuló la siguiente interrogante: ¿De qué manera la gastronomía local influye en los recursos gastronómicos preferidos por los vacacionistas limeños durante Semana Santa en Catacaos-Piura? . En cuanto a los problemas específicos están las siguientes interrogantes (a) ¿Cuáles son los recursos gastronómicos preferidos por los vacacionistas limeños durante Semana Santa en Catacaos-Piura?; (b) ¿Quiénes son los vacacionistas limeños que visitan el distrito de Catacaos-Piura durante Semana Santa influenciados por los recursos gastronómicos?

El objetivo general que rige la presente investigación es: Identificar los recursos gastronómicos preferidos por los vacacionistas limeños durante Semana Santa en Catacaos – Piura. Y los objetivos específicos son: (a) Describir los alimentos locales con potencial gastronómico; (b) Identificar a los vacacionistas limeños que visitan Catacaos - Piura en Semana Santa.

II.- MARCO TEORICO

2.1.- Antecedentes

López & Margarida (2011) elaboraron una investigación denominada Turismo, Cultura y Gastronomía, una aproximación a las rutas culinarias. En la cual precisan que el turismo gastronómico se define en la actualidad como una de las grandes apuestas para potenciar o consolidar destinos turísticos, debido a la importancia, cada vez mayor, que tiene para los viajeros el conocimiento de todo lo relacionado a la cultura gastronómica de los lugares que visita. Así, y de hecho ya existen determinados viajeros que consideran como motivo principal de su viaje el acudir a un determinado restaurante o sencillamente conocer mejor la cocina de una zona geográfica concreta. Por otro lado, y aunque en ocasiones la comida no es el motivo principal del viaje, sí se configura como un elemento clave para realizar el viaje y, por tanto en uno de los aspectos fundamentales que deben tenerse en cuenta para promocionar una determinada área geográfica.

Gomez (2018) cito en su tesis de maestría, Revaloración de la cocina tradicional del distrito de Anco Huallo (Uripa), en Chincheros – Apurímac; a través de un registro gastronómico, para su difusión y desarrollo turístico. Asimismo este investigador cita en su tesis de maestría a Di Clemente (2016), quien precisa que “*Las variables experienciales como determinantes de la calidad de vida, la satisfacción y la lealtad del turista en el contexto del turismo gastronómico*”, mencionó que el contexto del desarrollo del turismo cada vez es más competitivo y esto conlleva a buscar nuevas herramientas de marketing. Indica que al parecer las experiencias que transmiten emociones son los que hasta el momento representan el principal atractivo del viaje existencial y es en ese contexto que el turismo gastronómico viene posicionándose entre los turistas, ya que resulta muy atractivo el conocer y aprender nuevas culturas alimentarias, siendo partícipe en la prestación de servicios y adicionalmente tener una experiencia sensorial memorable. El objetivo

que rige esta investigación es desarrollar un esquema de evaluación de relaciones causales que puedan valorar la eficacia de aquellas variables basadas en la experiencia, así como de las variables de resultado en torno al turismo gastronómico. Para ello se utilizó una metodología basada en la técnica de análisis multivariante y el desarrollo de modelos de ecuaciones organizados. Asimismo esta investigación permitió obtener como resultados la reflexión en torno a los elementos emocionales que interesan al viajero y la manera de cómo aprovecharlos para lograr un mayor nivel de satisfacción de los consumidores del servicio turístico.

Según PromPerú (2017) “Perfil del vacacionista nacional”, un estudio de características, interés, motivaciones, etc. de carácter cuantitativo basado en encuestas a hombres y mujeres que han viajado en el transcurso del año, con una muestra utilizada 4347 participantes, de las cuales 1297 eran limeños, tiene como objetivo principal proporcionar información a público en general interesado en el tema. Asimismo esta investigación permitió obtener como resultados que el turista limeño tiene en promedio 38 años y el 56% es mujer. Además, pertenece al nivel socioeconómico A, B o C, cuenta con educación superior y está casado o tiene una pareja. El 76% viaja a otras regiones del Perú. Las regiones más visitadas son Ica (18%), Junín (11%), Piura (8%), Áncash (8%), Arequipa (8%), La Libertad (7%), Cusco (7%) y Lambayeque (7%). Los principales motivos del vacacionista nacional para realizar sus viajes son el descansar o realizar actividades de ocio. Para elegir su destino, el 49% toma en cuenta los paisajes y la naturaleza, mientras que solo el 10% considera la buena gastronomía como un factor decisivo para escoger su lugar de visita.

Esto denota que no es una de las prioridades del vacacionista limeño invertir en conocer la gastronomía del lugar que visita. Incluso en ciudades como Piura, donde existe una cocina regional definida, pocos turistas realizan una ruta gastronómica, y esto debido a que no existen espacios desarrollados en los que se

muestre la gastronomía local o los existentes tienen poca promoción o difusión en los medios de comunicación.

Di Clemente, López-Guzmán & Hernández (2014) en su artículo denominado La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis de: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO) para Extremadura, mencionan que la gastronomía típica se está afirmando cada vez más como un patrimonio fundamental para el desarrollo turístico, debido a que conocer y probar la cocina local se considera una experiencia cultural y sensorial. Además, señalan a la gastronomía como un medio de autenticidad e identidad de un territorio específico. El objetivo principal de esta investigación es presentar un cuadro actual del desarrollo del turismo gastronómico en la región de Extremadura. Para ello se utilizó una metodología basada en la técnica de observación y análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) de la gastronomía local. Asimismo esta investigación permitió obtener como resultados los siguientes aspectos hacia donde deberían dirigirse los esfuerzos de la región de Extremadura para desarrollar un turismo gastronómico exitoso:

- a) Coordinación y homogeneización de la oferta
- b) Participación transversal de los agentes implicados
- c) Promoción y comercialización de Extremadura como destino de turismo gastronómico.

López-Gúzman, Muñoz & Perez (2014) citaron en su obra motivación y segmentación del turista en festivales culinarios. El caso de la feria gastronómica en el parque natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas (España) a Tikkanem (2007), el cual manifiesta que la relación que existe entre la gastronomía y el turismo se puede vertebrar en cuatro variables diferentes: primera, como atracción, lo cual significa que el destino puede utilizar la gastronomía como un recurso para promocionar y publicitar dicha área geográfica; segunda, como un componente más del producto, donde se ahonda en el diseño de rutas

gastronómicas; tercera, como experiencia, abordando la existencia de uno o varios lugares donde la gastronomía adquiere un nivel de excelencia y se convierte en un reclamo en sí mismo; cuarta, como fenómeno cultural, sustentándose en la existencia de diferentes festivales culinarios. De igual manera citan a Riley (2005), quien menciona que el turismo gastronómico tiene un mayor o menor grado de desarrollo de acuerdo con el nivel de conexión que la cocina tenga con la cultura y con los recursos naturales del lugar donde se halle radicado. El objetivo de esta investigación es analizar los motivos que empujan y atraen al turista para visitar la feria gastronómica y artesanal parque Natural Sierra de Cazorla, Segura y las Villas. Para ello, se utilizó una muestra de 269 personas que visitaron la feria, el tipo de investigación es de carácter descriptiva y cuantitativa. Asimismo esta investigación permitió obtener como resultado a la gastronomía como la principal motivación para visitar la feria. Sin embargo, existen otros factores relevantes que se deben tomar en cuenta.

Se puede señalar, que el turismo necesita ser reforzado con el desarrollo gastronómico para impulsar la visita de más vacacionistas. Para lograr ello, se debe sensibilizar a los empresarios gastronómicos en la apreciación de sus insumos autóctonos, así como promocionar las visitas gastronómicas como parte imperdible de los destinos turísticos.

Para Quan & Wang (2004), la experiencia que el turista obtiene en los festivales gastronómicos se podría clasificar en tres grupos diferentes: por contraste (u oposición), por intensificación y por extensión. Así, en el primer caso, por contraste se produce cuando el turista durante su viaje disfruta de una gastronomía completamente diferente a la del lugar de su origen; por intensificación, cuando refuerza los alimentos que generalmente ingiere en su lugar de residencia; y por extensión, cuando se alimenta de lo que habitualmente come en su lugar de origen.

Por ello, se puede señalar que la gastronomía puede ser la motivación principal para visitar un determinado lugar geográfico o una motivación secundaria (pero importante) para viajar a ese determinado lugar. Por lo que el desarrollar ferias gastronómicas de calidad es importante para brindarle al turista una experiencia completa durante su viaje.

Margarida & López-Guzman (2011) citaron en su artículo Turismo, cultura y gastronomía, una aproximación a las rutas culinarias, a Heath, Alberts & Du Rand (2003), quienes señalan que la cocina se está configurando como un elemento clave en la promoción y en la consolidación de los destinos turísticos. Así, los destinos turísticos deben de considerar la importancia de la comida como contribución a la experiencia única que el viajero quiere encontrar como parte de la expresión cultural del área geográfica que visita. En esa misma línea Cracolici, Nijkamp & Rietveld (2008), mencionan que la cocina puede utilizarse para satisfacer al viajero, para contribuir a la autenticidad del destino y para incrementar el impacto socioeconómico del turismo en la comida local. Recordemos que un destino turístico es algo más que un conglomerado de recursos naturales, culturales o artísticos, ya que tiene también que sorprender en cuanto a la experiencia que busca el turista. Y todo ello según Tse & Crotts (2005), teniendo en cuenta que los viajeros buscan un equilibrio entre lo predecible y lo nuevo (y diferente), es decir, entre lo seguro y la novedad. El objetivo que rige esta investigación es presentar una aproximación a la gastronomía como elemento clave en el desarrollo (y consolidación) de los destinos turísticos. Asimismo esta investigación permitió obtener como resultado la reflexión en torno a la relación existente entre el turismo, la cultura y la gastronomía. Para ello, utilizo como tipo de investigación la descriptiva.

Para brindarle al vacacionista limeño una experiencia completa, es necesario articular una serie de recursos turísticos en el destino para conseguir desarrollar el turismo gastronómico. La cocina debe ser reconocible por parte de los viajeros, ya que, de

esta manera, ellos se atreven a probar platos nuevos con insumos que conocen, o también puede ser a la inversa, prueban platos clásicos pero realizados con insumos locales.

Vegas (2018) elaboro una tesis para optar el grado de doctor, denominada Aporte de la gastronomía en el turismo del distrito de Piura, enfocada en conocer la evolución y el comportamiento del servicio de la gastronomía en Piura. Este trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar el aporte de la gastronomía en el turismo del distrito de Piura. Para ello el tipo de investigación que se realizó fue no experimental y de carácter etnográfico debido a que se realizaron estudios a restaurantes locales y clásica, basada en una guía de observación. Teniendo como muestra utilizada 10 grupos de enfoque con 10 invitados en cada sesión, entrevistas en profundidad de 20 a 30 casos y 200 unidades de análisis en observaciones. Asimismo, esta investigación obtuvo como resultado que la cocina piurana influye como elemento vinculante al mejoramiento del turismo en Piura, aumentando el número de visitantes nacionales y extranjeros.

Debido a que, los viajeros consideran como parte importante de su experiencia turística el conocimiento de la cultura gastronómica del área geográfica que visitan y, por ello, tanto el sector público como privado deben considerar a la gastronomía local como un elemento clave para la promoción del turismo. Una opción a considerar es la implementación de rutas gastronómicas, en la que los viajeros puedan descubrir sabores locales y aprender acerca de la cultura, costumbres, identidad, etc. con actividades relacionadas al tema.

Rijalba (2018) en su ponencia denominada “Impacto de la gastronomía en el turismo y hostelería en el Perú”, señala ciertos elementos en los que se vinculan la gastronomía y el turismo en el distrito de Piura. Uno de ellos es la pérdida de costumbres, lo cual indica la necesidad de rescatar y revalorar la comida regional piurana. Además, menciona el problema potencial que tiene la región con su gran gastronomía frente a los muy pocos alojamientos con los que cuentan, sumándole que no

cuentan con un city tour. Existen necesidades que no se están cubriendo y por consiguiente no se puede aprovechar de la mejor forma los recursos gastronómicos de la región. Por otro lado, indica que uno de los primeros pasos para activar un plan de desarrollo turístico y gastronómico es identificar el entorno y el producto con potencial para atraer turistas. Para ello, se debe realizar un trabajo en conjunto y organizado de las cadenas productivas del producto gastronómico y los servicios turísticos, teniendo en cuenta que una buena oferta gastronómica no solo debe quedar en el buen sabor de una comida, esta debe estar acompañada de una buena presentación, ambiente adecuado y un servicio altamente calificado.

2.2.- Bases Teóricas

2.2.1.- Gastronomía

Según el *World Tourism Organization* (2017), actualmente la gastronomía es considerada como la tercera razón por la cual los turistas visitan un destino, los primeros dos criterios son la cultura y la naturaleza.

Morcía (2013) cito en su tesis La cocina de Pozuzo como eje central de una ruta gastronómica para su desarrollo turístico, a distintos investigadores como Revel (2006), quien sostiene que “La cocina es un perfeccionamiento de la alimentación, la gastronomía es un perfeccionamiento de la cocina misma”. Por otro lado el gastrónomo internacional Spaey (1998) define la gastronomía como “la expresión cualitativa del modo de alimentación que caracteriza la cultura alimenticia de un país o de una región”.

2.2.2.- Turismo

Para WTO (2002), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican gasto turístico.

2.2.3.- Semana Santa en Catacaos como Patrimonio Cultural Nacional

Según MINCETUR (2012), el patrimonio es el legado que recibimos del pasado, vivimos en el presente y transmitiremos a las futuras generaciones, por ser fuente fundamental de nuestra identidad cultural.

Por otro lado, MINCETUR (2018) señala que el patrimonio cultural es lo que denominamos cultura viva, como el folclore, la medicina tradicional, el arte popular, las leyendas, la cocina típica, las ceremonias y costumbres, etc. Se trata de los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, asociados a los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son propios, que son transmitidos de generación en generación.

En base a lo mencionado, el 12 de febrero de 2018 la Semana Santa de Catacaos fue declarada como Patrimonio Cultural de la Nación por el Ministerio de Cultura mediante la resolución Viceministerial N° 022-2018-VMPCIC-MC, destacando la tradición religiosa y cultural que representa dicha festividad para los habitantes del distrito y para la gran cantidad de visitantes que

recibe cada año en la cual expresan su devoción católica, herencia prehispánica e identidad como sociedad.

2.2.4.- Vacacionista

Para MEF (2011) es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual y cuya finalidad principal de viaje no es la de ejercer una actividad remunerativa en el lugar visitado.

En el caso del Perú, el perfil del vacacionista limeño de acuerdo a PromPerú (2017) es el siguiente:

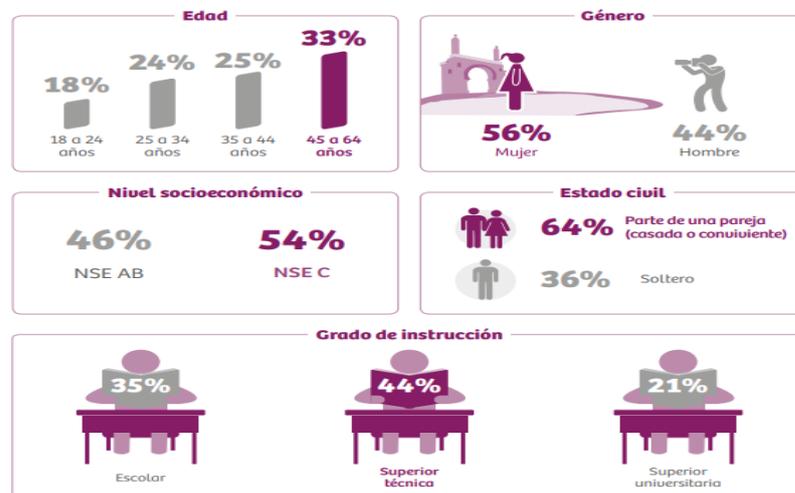


Figura 01:
Características del vacacionista limeño

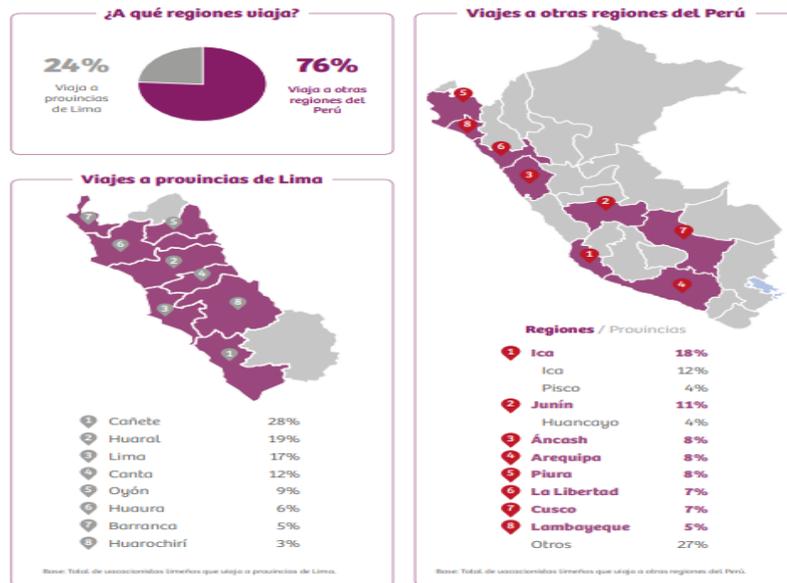


Figura 02:
Lugares de arribo del vacacionista limeño

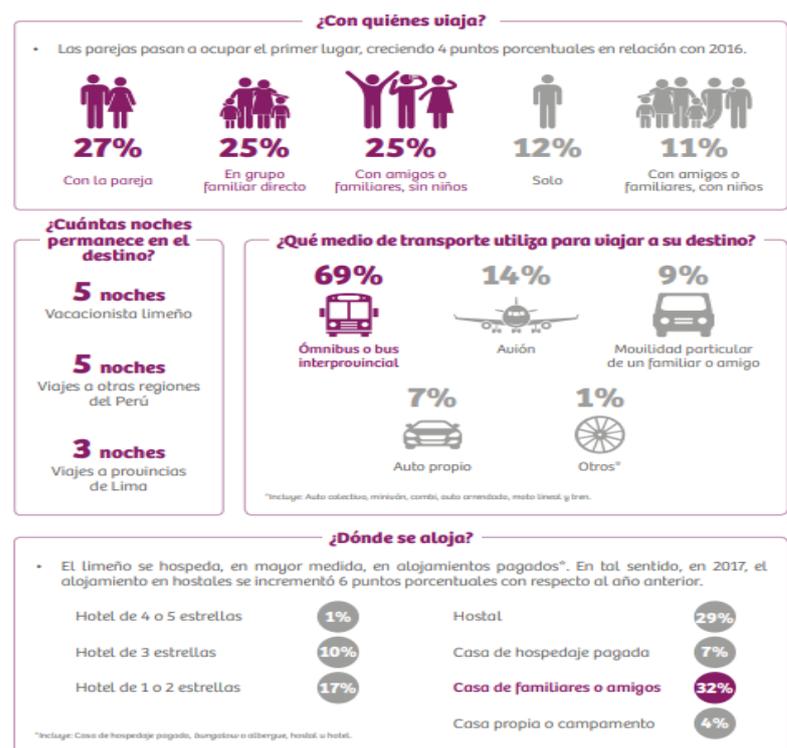
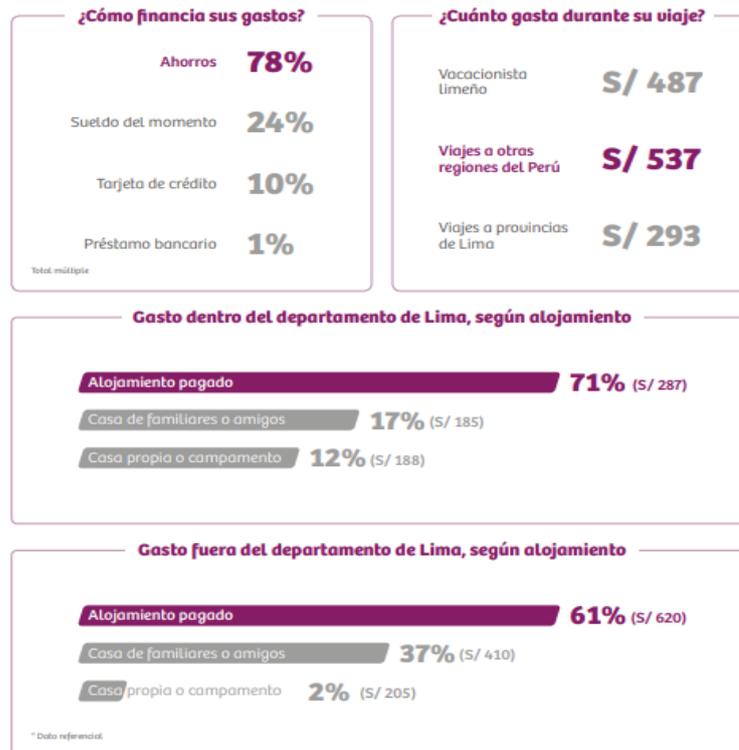


Figura 03:
Acompañamiento, medio de transporte y opciones de alojamiento del vacacionista limeño



**Figura 04:
Gastos y financiamiento del vacacionista limeño**

Durante el año 2017, el 84% de traslados generados desde las seis principales ciudades emisoras de vacacionistas nacionales tuvo a la ciudad de Lima como punto de partida, alcanzando un total de 3660225 viajes. Además, dichos viajes generaron un movimiento económico de 1783 millones de soles.

2.3.- Definición de términos

2.3.1.- Recurso turístico

Según MINCETUR (2012) son los recursos naturales, culturales, tradiciones, costumbres y acontecimientos programados que poseen una determinada zona o área, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes.

2.3.2.- Turismo gastronómico

Para Aguilar, Rivas & Gonzáles (2008) consiste en visitas que se hacen a ciertos lugares urbanos o rurales motivados por el deseo de consumir alguna especialidad de la cocina local.

2.3.3.- Picantería

Establecimientos gastronómicos que ofrecen alimentos y bebidas tradicionales de la región.

2.3.4.- Gastronomía

Para Zapata (2008) es la relación entre alimento y cultura que vinculan los sistemas productivos y componentes culturales.

2.3.5.- Comidas típicas

Álvarez (2005) las define como comidas que se relacionan con la naturaleza, creando a lo largo de la historia vínculos sociales y culturales con sus respectivas especialidades, constituyéndose estas en base de las identidades regionales y locales.

2.3.6.- Turismo

Según MEF (2011) son actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo determinado.

2.3.7.- Patrimonio cultural

Según MINCETUR, la Ley N° 28296, llamada Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación, define al patrimonio cultural de la siguiente manera:

“Toda manifestación del quehacer humano –material o inmaterial– que por su importancia, valor y significado paleontológico, arqueológico, arquitectónico, histórico, artístico, militar, social, antropológico o intelectual, sea expresamente declarado como tal o sobre el que exista la presunción legal de serlo. Dichos bienes tienen la condición de propiedad pública o privada con las limitaciones que establece la presente Ley.”

2.3.8.- Ruta gastronómica

Montecinos (2016) denomina a la ruta gastronómica como un itinerario de configuración organizada y específica que articula destinos, productos, atracciones, servicios y actividades fundamentadas en la producción, creación, transformación, evolución, preservación, salvaguarda, consumo, uso, disfrute de manera saludable y sostenible del patrimonio gastronómico mundial cultural, natural, inmaterial y todo lo que se respecta al sistema alimenticio de la humanidad.

2.3.9.- Festival 7 potajes

Almuerzos que representan la última cena, en el depositario de turno ofrece gratuitamente diferentes preparaciones tradicionales durante el jueves y viernes Santo en el distrito de Catacaos.

2.3.10.- Clarito

Bebida suave y dulce extraída de la parte superior de la chicha de jora recién fermentada.

2.3.11.- Carne aliñada

Carne condimentada con aceite vegetal, achiote, ajo, pimienta, comino y sal. La cual es colocada en tendales con la finalidad de cambiar su textura y acentuar el sabor.

2.3.12.- Malarrabia

Preparación tradicional Cataquense a base de sudado de pescado en chicha de jora acompañado de arroz blanco, frejoles y plátano majado con un poco de queso.

2.3.13.- Ronda Criolla

Preparación tradicional Cataquense, a base de Seco Chabelo, Carne aliñada, majado de yuca y costillar de cerdo.

2.3.14.- Seco Chabelo

Preparación tradicional Cataquense a base de aderezo básico, ají, plátano majado, chicha de jora, cecina y carne aliñada.

III.- MATERIALES Y METODOS

3.1.- Metodología de la Investigación

La metodología que se utilizó fue descriptiva, bajo un modelo de investigación no experimental con metodología cuantitativa y cualitativa.

Instrumentos a Utilizarse

- Entrevistas semiestructuradas.
- Encuesta con preguntas de opción múltiple.

Técnica de Obtención de Datos

La Técnica Documental

permite la recopilación de evidencias para demostrar las hipótesis de investigación. Fuentes: Revistas, memorias, actas, registros, datos e información estadísticas y cualquier documento de instituciones y empresas que registran datos de su funcionamiento.

La Técnica Empírica

Permite observar directamente el objeto de estudio, tales como la observación, la entrevista, la encuesta, Cuestionario.

Procesamiento y Análisis de Datos

El procesamiento de datos se realizará electrónicamente, usando:

La técnica de estadística descriptiva, la cual permite describir y analizar un grupo dado de datos, sin extraer conclusiones sobre la población a la que pertenecen.

Población

Según PromPerú (2017) fueron 292,818 visitantes limeños los que viajaron a Catacaos - Piura durante Semana Santa.

Muestra

$$n = \frac{Z^2 N pq}{E^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

n	=	Tamaño de la muestra
N	=	Población
Z	=	Nivel de confianza (1.96)
p	=	Tasa de prevalencia de objeto de estudio (0.50)
q	=	(1 - p) = 0.50
E	=	Error de precisión 0.05

La Muestra estaría conformada por 384 vacacionistas limeños. Asimismo, las siguientes 20 picanterías.

Cuestiones éticas

Para el desarrollo de este trabajo de investigación se ha realizado una ardua y responsable revisión bibliográfica respetando la propiedad intelectual de las fuentes de información, datos estadísticos, etc. siendo citadas de acuerdo a la American Psychological Association (APA).

Tabla 01:
Picanterías encuestadas

El Ganso Azul	La Chayo
Picantería El Wilo	El Paisano Cataquense
La Sazón Norteña	Picantería La Timana

La Pedregaleña II	Picantería Mixtura Cataquense
Picantería La Pierna Blanca	Picantería Junior
El Señor Chichero	La Pedregaleña I
El Gallero	El Rinconcito Cataquense
Picantería Estadio	La Narcisa
Picantería Don Cesar	La Bayona
La Chana	La Sazón de Timana

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1- RESULTADOS

4.1.1.- Encuesta a vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos – Piura

Las preguntas realizadas tuvieron como objetivo identificar a los vacacionistas limeños que visitan Catacaos-Piura en Semana Santa. Fueron 384 vacacionistas los encuestados.

Tabla 02:
Género de los vacacionistas limeños

GÉNERO	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Femenino	226	58.9%
Masculino	158	41.1%
Total	384	100%

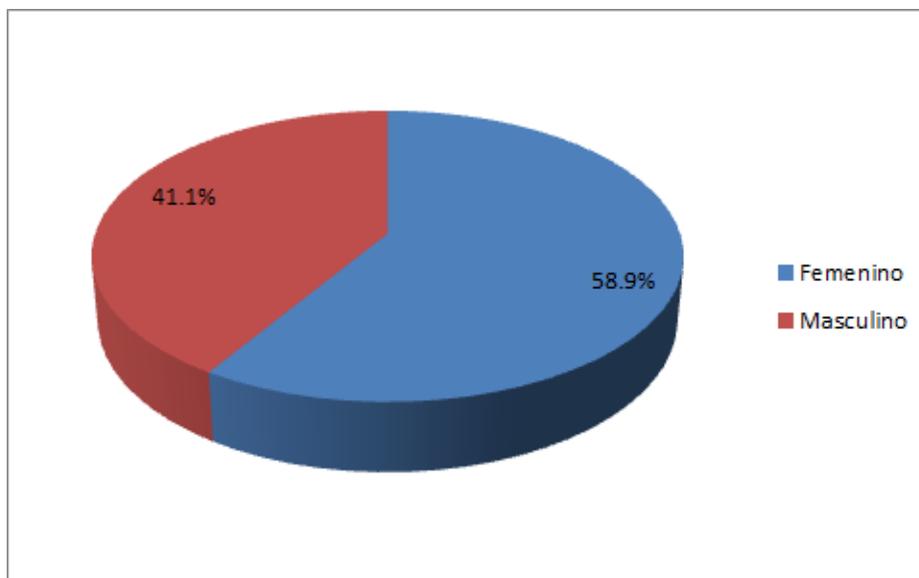
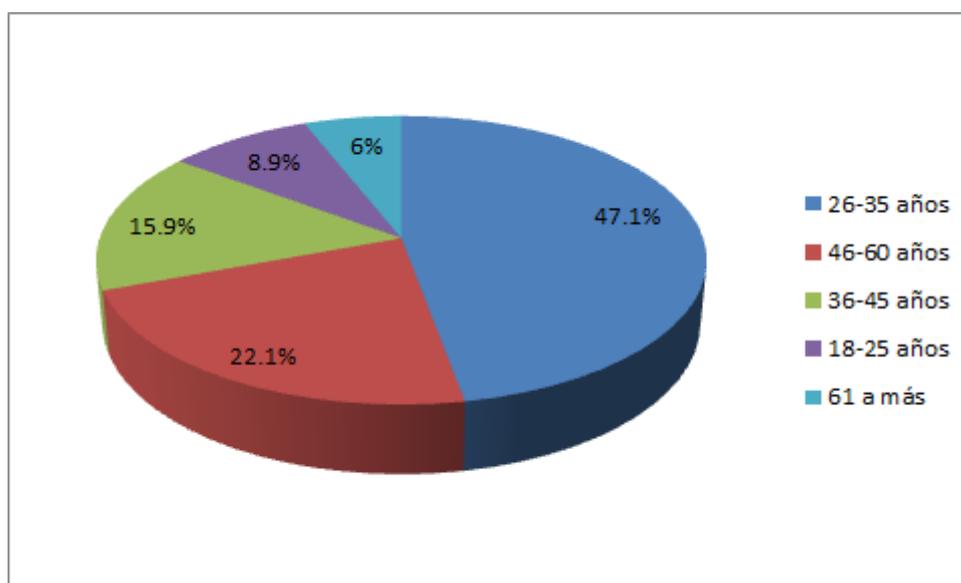


Figura 05:
Género de los vacacionistas limeños

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, el género predominante es el femenino con 58.9% de encuestados, siendo 226 vacacionistas mujeres. Por otro lado, el 41.1% pertenece al género masculino conformado por 158 vacacionistas hombres.

**Tabla 03:
Rango de edades de los vacacionistas limeños**

EDAD	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
26-35 años	181	47.1%
46-60 años	85	22.1%
36-45 años	61	15.9%
18-25 años	34	8.9%
61 a más	23	6.0%
Total	384	100.0%



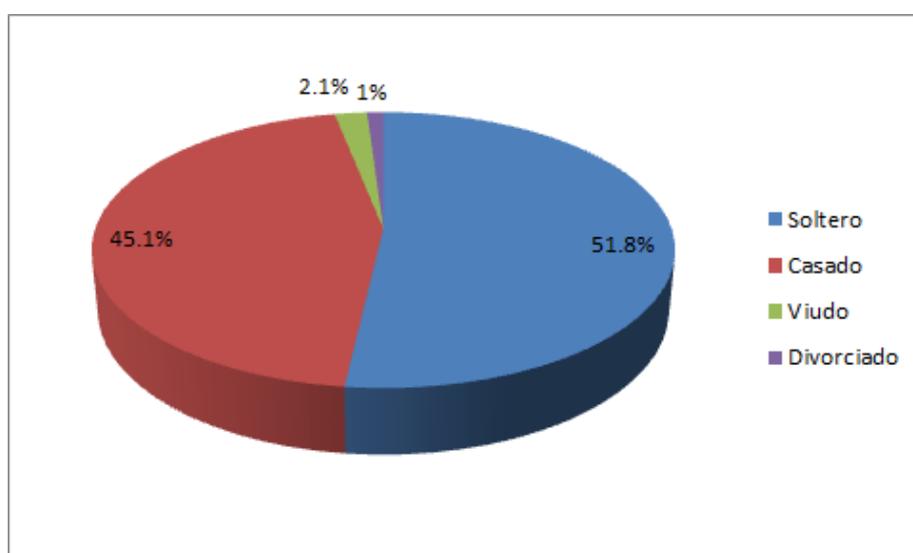
**Figura 06:
Rango de edades de los vacacionistas limeños**

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 03 registra información acerca del rango de edad de los visitantes. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 47.1% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 181 encuestados están en un rango de 26-35 años.
- El 22.1% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 85 encuestados están en un rango de 46-60 años.
- El 15.9% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 61 encuestados están en un rango de 36-45 años.

**Tabla 04:
Estado civil de los vacacionistas limeños**

ESTADO CIVIL	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Soltero	199	51.8%
Casado	173	45.1%
Viudo	8	2.1%
Divorciado	4	1.0%
Total	384	100.0%



**Figura 07:
Estado civil de los vacacionistas limeños**

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 04 registra información acerca del estado civil de los visitantes. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 51.8% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 199 encuestados son solteros.
- El 45.1% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 173 encuestados están casados.

Tabla 05
Grado de instrucción de los vacacionistas limeños

GRADO DE INSTRUCCIÓN	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Universitario	219	57.0%
Técnico	89	23.2%
Escolar	76	19.8%
Total	384	100.0%

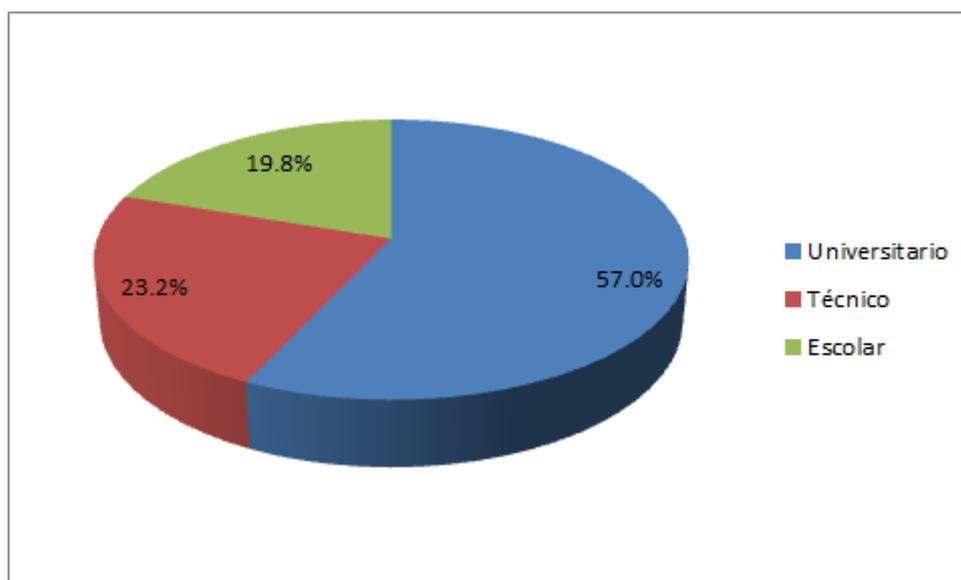


Figura 08:
Grado de instrucción de los vacacionistas

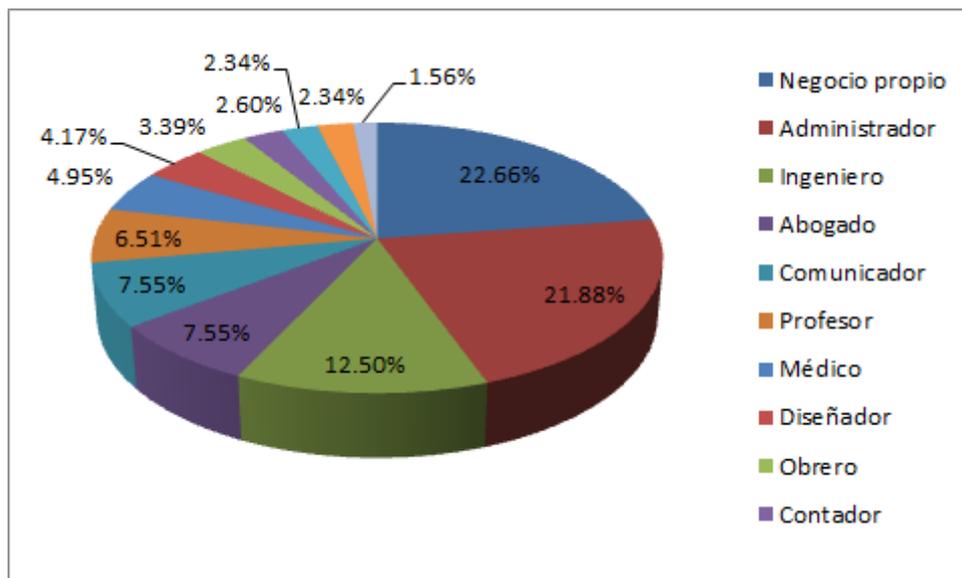
En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 05 registra los siguientes resultados:

- El 57% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 219 encuestados poseen un grado de instrucción universitario.

- El 23.2% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 89 encuestados poseen un grado de instrucción técnico.
- El 19.8% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 76 encuestados poseen un grado de instrucción escolar.

Tabla 06
Ocupación de los vacacionistas limeños

OCUPACIÓN	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Negocio propio	87	22.66%
Administrador	84	21.88%
Ingeniero	48	12.50%
Abogado	29	7.55%
Comunicador	29	7.55%
Profesor	25	6.51%
Médico	19	4.95%
Diseñador	16	4.17%
Obrero	13	3.39%
Contador	10	2.60%
Traductor	9	2.34%
Chef	9	2.34%
Estudiante	6	1.56%
Otros	0	0%
Total	384	100.00%



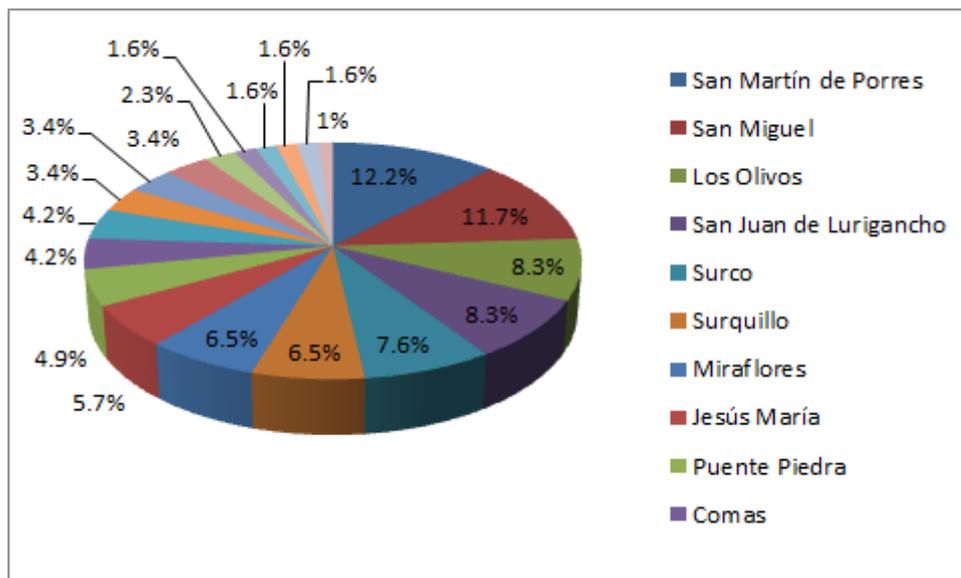
**Figura 09:
Ocupación de los vacacionistas limeños**

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 06 registra información acerca de la ocupación de los visitantes. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 22.66% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 87 encuestados tienen un negocio propio.
- El 21.88% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 84 encuestados son administradores de empresas.
- El 12.50% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 48 encuestados son ingenieros.

Tabla 07
Distrito de residencia de los vacacionistas limeños

DISTRITO	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
San Martín de Porres	47	12.2%
San Miguel	45	11.7%
Los Olivos	32	8.3%
San Juan de Lurigancho	32	8.3%
Surco	29	7.6%
Surquillo	25	6.5%
Miraflores	25	6.5%
Jesús María	22	5.7%
Puente Piedra	19	4.9%
Comas	16	4.2%
San Isidro	16	4.2%
Breña	13	3.4%
San Borja	13	3.4%
Rímac	13	3.4%
Pueblo Libre	9	2.3%
Magdalena	6	1.6%
Independencia	6	1.6%
Áncon	6	1.6%
Chorrillos	6	1.6%
Barranco	4	1.0%
Total	384	100%



**Figura 10:
Distrito de residencia de los vacacionistas limeños**

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 07 registra información acerca del distrito de residencia de los visitantes. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 12.2% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 47 encuestados residen en el distrito de San Martín de Porres.
- El 11.7% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 45 encuestados residen en el distrito de San Miguel.
- El 8.3% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 32 residen en el distrito de San Juan de Lurigancho.

Tabla 08
Fuente de información de los vacacionistas limeños

FUENTE DE INFORMACIÓN	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Amigos o Familia	261	68.0%
Internet	119	31.0%
Agencia de viajes	4	1.0%
Folletos o anuncios	0	0.0%
Otros	0	0.0%
Total	384	100.0%

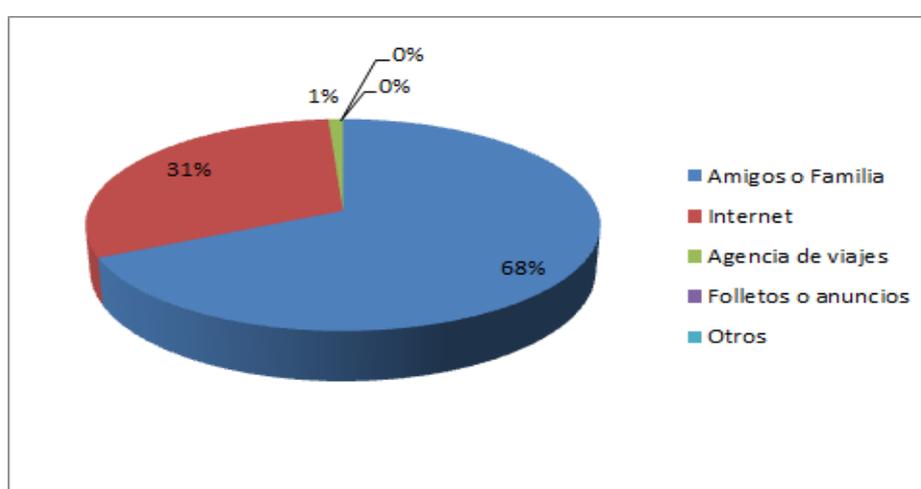


Figura 11:
Fuente de información de los vacacionistas limeños

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 08 registra los siguientes resultados más resaltantes:

- El 68% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 261 encuestados consiguen información para planificar su viaje por medio de amigos y familiares.
- El 31% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 119 encuestados consiguen información para planificar su viaje por medio de internet.

Tabla 09
Medio de transporte de los vacacionistas limeños

MEDIO DE TRANSPORTE	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Bus	210	54.69%
Avión	135	35.16%
Auto propio	31	8.07%
Vehículo familiar, amigo	8	2.08%
Total	384	100.0%

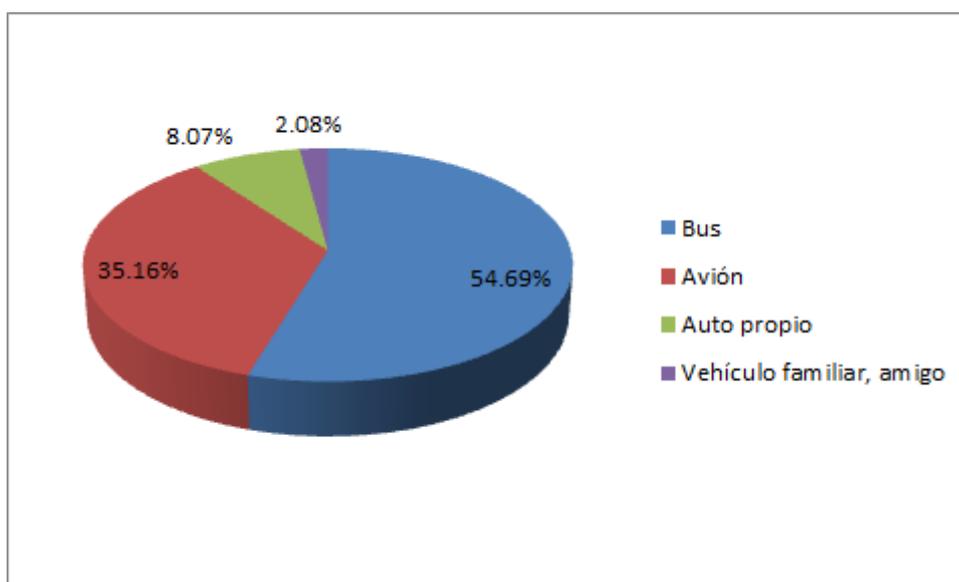


Figura 12:
Medio de transporte de los vacacionistas limeños

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 09 registra información acerca de los medios de transporte usados por los visitantes. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 54.69% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 210 encuestados utilizan los buses como medio de transporte.
- El 35.16% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 135 encuestados utilizan los aviones como medio de transporte.

Tabla 10
Compañía de los vacacionistas limeños

COMPAÑÍA	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Familia	154	40.1%
Amigos	124	32.3%
Pareja	95	24.7%
Solo	11	2.9%
Total	384	100.0%

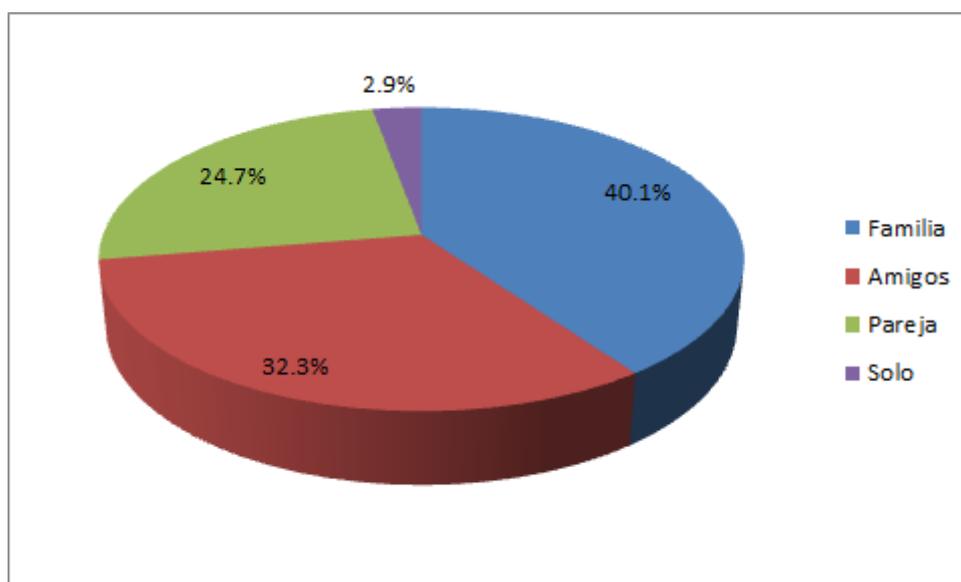


Figura 13:
Compañía de los vacacionistas limeños

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 10 registra los siguientes resultados:

- El 40.1% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 154 encuestados viajan acompañados de su familia.
- El 32.3% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 124 encuestados viajan acompañados de sus amigos.

- El 24.7% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 95 encuestados viajan acompañados de sus parejas.
- El 2.9% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 11 encuestados viajan solos.

Tabla 11
Permanencia en Catacaos de los vacacionistas limeños

PERMANENCIA	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
3 días y 2 noches	260	67.71%
Otros (1 día)	96	25.00%
Otros (2 días y una noche)	20	5.21%
4 días y 3 noches	6	1.56%
5 días y 4 noches	2	0.52%
Total	384	100%

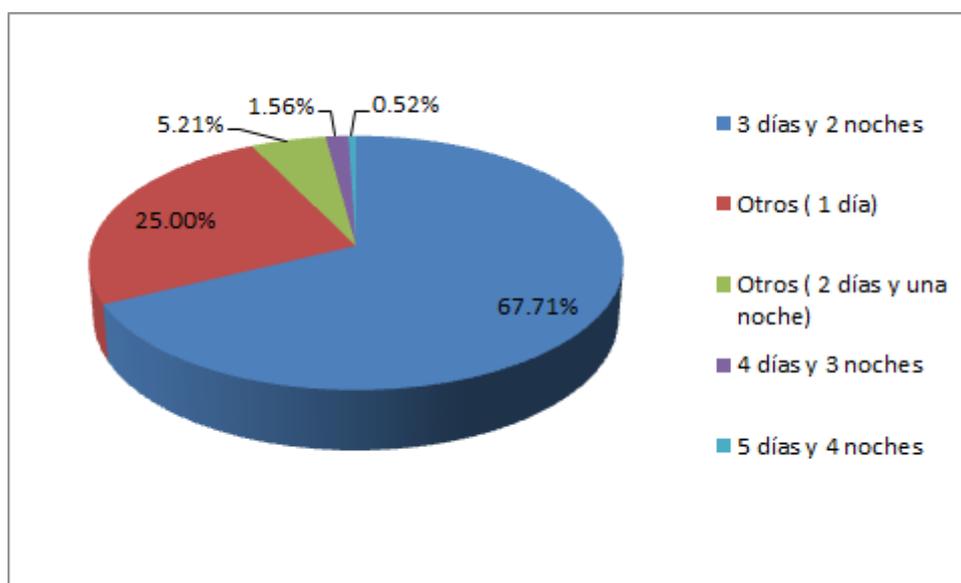


Figura 14:
Permanencia en Catacaos de los vacacionistas limeños

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 11 registra los siguientes resultados más resaltantes:

- El 67.71% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 260 encuestados permanecen en el distrito de Catacaos por 3 días y 2 noches.
- El 30.21% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 116 encuestados indicaron otros como los días que permanecen en el distrito de Catacaos. Según el resultado anterior, el 25% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 96 encuestados permanecen en el distrito de Catacaos por tan solo un día y el 5.21% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 20 encuestados permanecen en el distrito de Catacaos por dos días y una noche.

Tabla 12
Consumo de gastronomía local

CONSUMO	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Sí	374	97.4%
No	10	2.6%
Total	382	100.0%

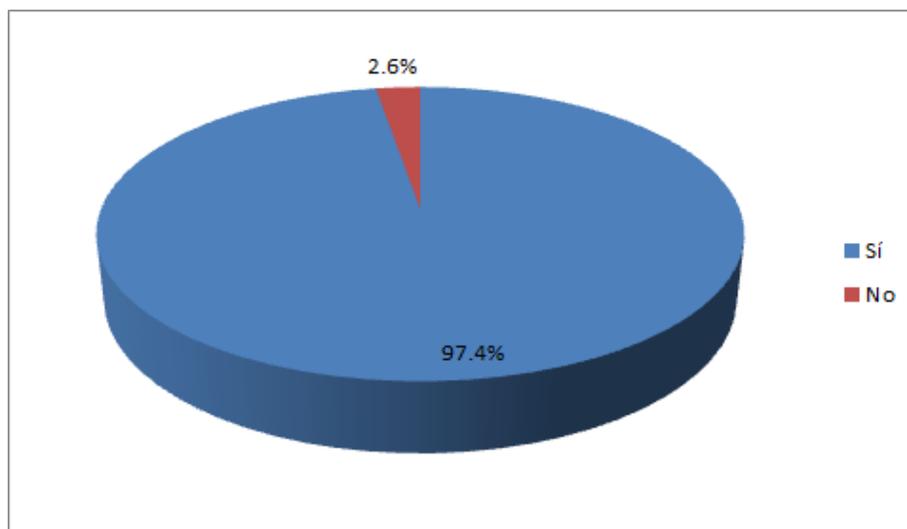


Figura 15:
Consumo de gastronomía local

Según los resultados de las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos. La tabla 12 registra lo siguiente:

- El 97.4% conformado por 374 vacacionistas probaron la gastronomía local. Por otro lado, el 2.6% conformado por 10 vacacionistas no probaron la gastronomía local.

Tabla 13
Alimentos y bebidas consumidos por los vacacionistas limeños en
Catacaos durante Semana Santa

ALIMENTOS Y BEBIDAS	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Ronda Criolla	149	38.8%
Ronda Criolla y Clarito	51	13.3%
Cebiches	34	8.9%
Cebiche y Ronda Criolla	34	8.9%
Seco de Cabrito con Frejoles	31	8.1%
Cebiche - Ronda Criolla y Clarito	23	6.0%
Cebiche y Clarito	15	3.9%
Malarrabia	10	2.6%
Malarrabia y Ronda Criolla	8	2.1%
Ronda Criolla y Seco Chabelo	8	2.1%
Seco Chabelo y Malarrabia	8	2.1%
Ninguno	9	2.3%
Cebiche - Ronda Criolla y Chicha de Jora	4	1.0%
Total	384	100%

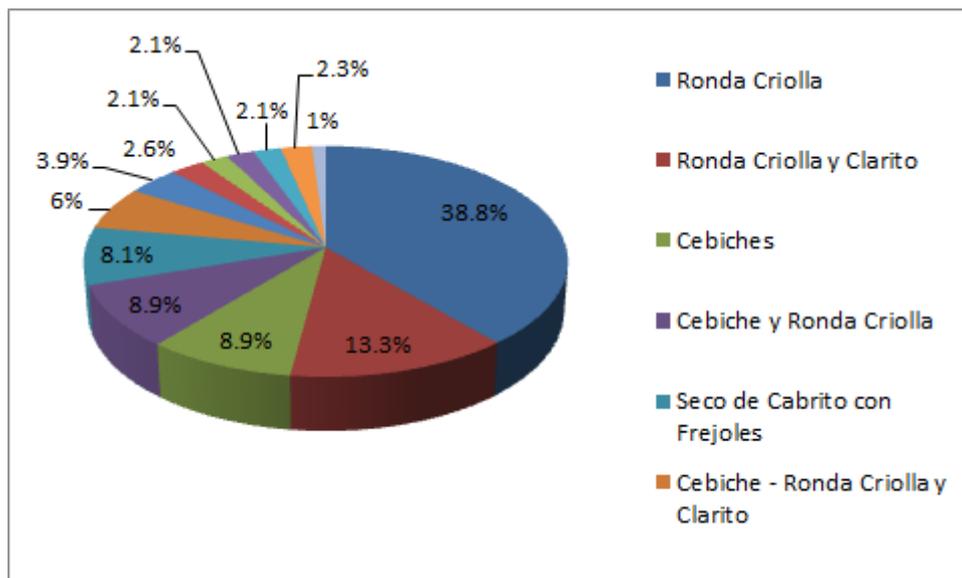


Figura 16:
Alimentos y bebidas consumidos por los vacacionistas limeños en Catacaos durante Semana Santa

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 13 registra información acerca de los alimentos y bebidas consumidos por los visitantes. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 38.8% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 149 encuestados, mencionaron a la Ronda Criolla como alimento local que consumieron en Catacaos.
- El 13.3% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 51 encuestados, mencionaron a la Ronda Criolla y al Clarito, como alimento y bebida local que consumieron en Catacaos.

Tabla 14
Ingresos salariales de los vacacionistas limeños

INGRESOS	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Más de 4500 soles	131	34.1%
3500 a 4500 soles	116	30.2%
2500 a 3500 soles	106	27.6%
1500 a 2500 soles	31	8.1%
930 a 1500 soles	0	0.00%
Menos de 930 soles	0	0.00%
Total	384	100.0%

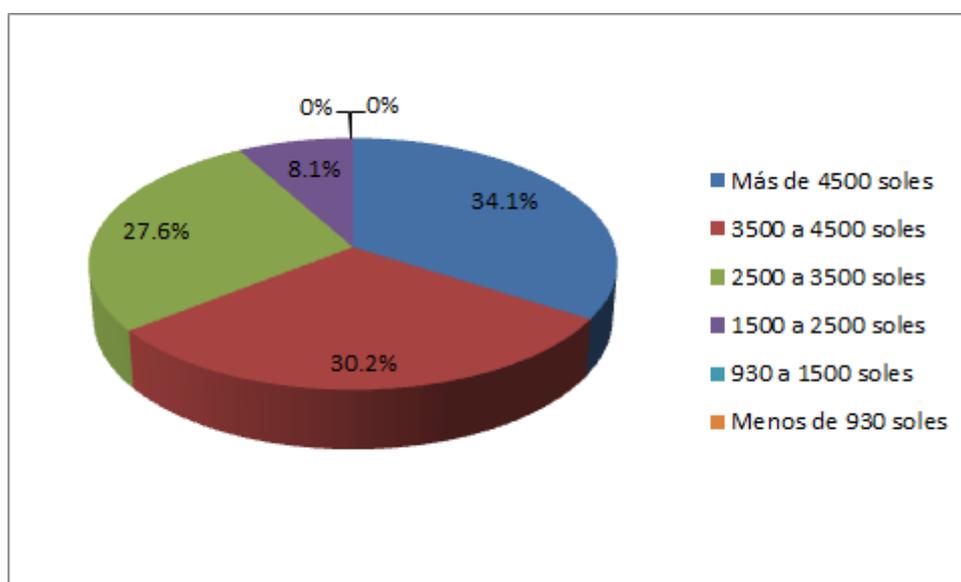


Figura 17:
Ingresos salariales de los vacacionistas limeños

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 14 registra información acerca del ingreso mensual de los visitantes. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 34.1% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 131 encuestados cuentan con un ingreso mensual de más de 4500 nuevos soles.

- El 30.2% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 116 encuestados cuentan con un ingreso mensual de 3500 a 4500 nuevos soles.
- El 27.6% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 106 encuestados cuentan con un ingreso mensual de 2500 a 3500 nuevos soles.

Tabla 15
Motivaciones para visitar a Catacaos por parte de los vacacionistas limeños

MOTIVACIONES	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Gastronómico	196	51.04%
Religioso	143	37.24%
Visita amigo- familia	45	11.72%
Cultural	0	0.0%
Otros	0	0.0%
Total	384	100.0%

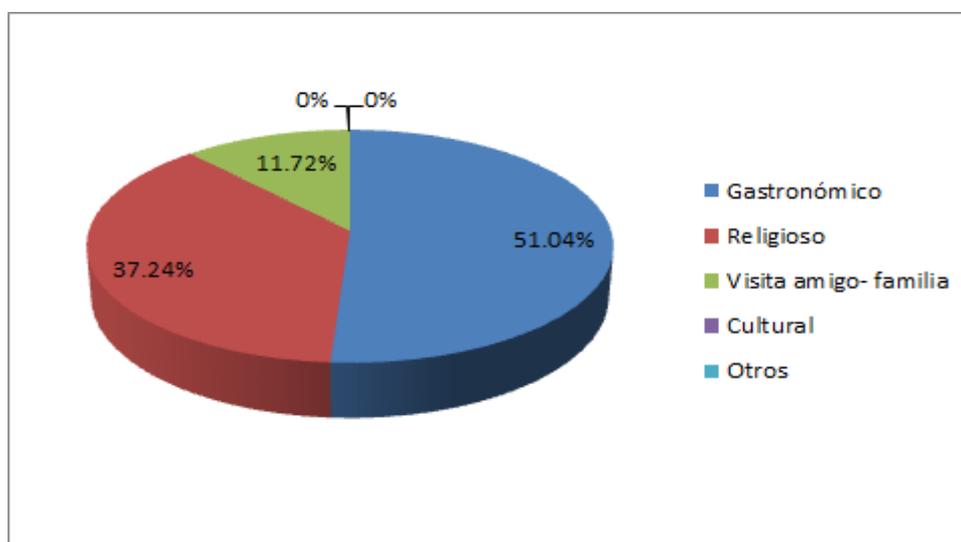


Figura 18:
Motivaciones para visitar a Catacaos por parte de los vacacionistas limeños

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 15 registra los siguientes resultados:

- El 51.04% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 196 encuestados mencionaron a la gastronomía como motivo principal para visitar Catacaos durante Semana Santa.
- El 37.24% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 143 encuestados mencionaron el tema religioso como principal motivo para visitar Catacaos durante Semana Santa.
- El 11.72% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 45 encuestados mencionaron la visita de amigos y/o familiares como principal motivo para visitar Catacaos durante Semana Santa.

Tabla 16
Frecuencia de visitas a Catacaos de los vacacionistas limeños

FRECUENCIA	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Primera vez	211	54.95%
Todos los años	119	30.99%
Cada dos años	42	10.94%
Cada tres años	8	2.08%
Otros	4	1.04%
Total	384	100.0%

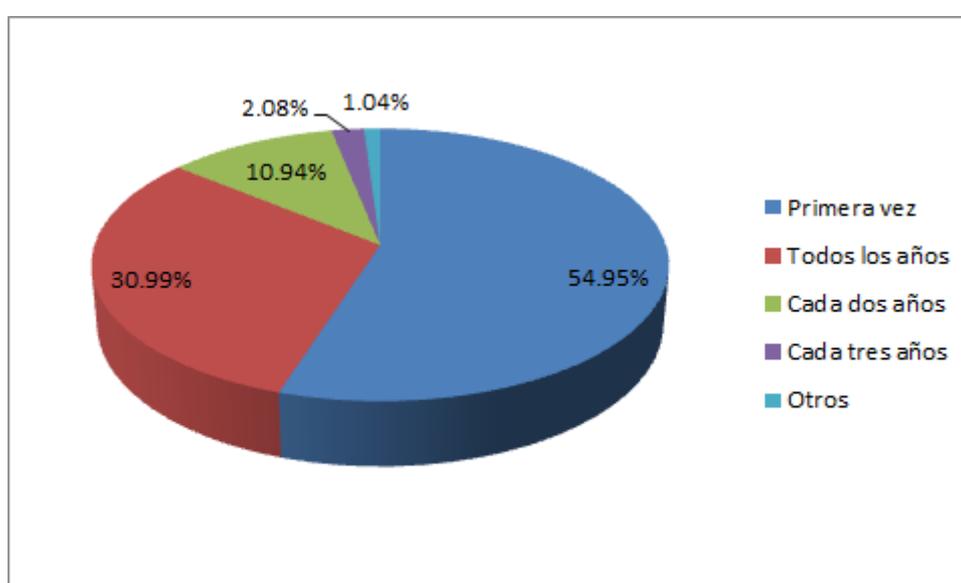


Figura 19:
Frecuencia de visitas a Catacaos de los vacacionistas limeños

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 16 registra información acerca de frecuencia de visitas al distrito por parte de los vacacionistas limeños. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 54.95% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 211 encuestados mencionaron que visitan Catacaos por primera vez durante Semana Santa.
- El 30.99% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 119 encuestados mencionaron que visitan Catacaos todos los años durante Semana Santa.

Tabla 17

Tipo de alojamiento utilizado por los vacacionistas limeños en Catacaos

ALOJAMIENTO	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Casa de familia, amigos	188	49.0%
Casa Hospedaje	89	23.2%
Otros (Piura)	86	22.4%
Otros (Máncora)	13	3.4%
Hostal	4	1.0%
Otros (Vichayito)	4	1.0%
Total	384	100%

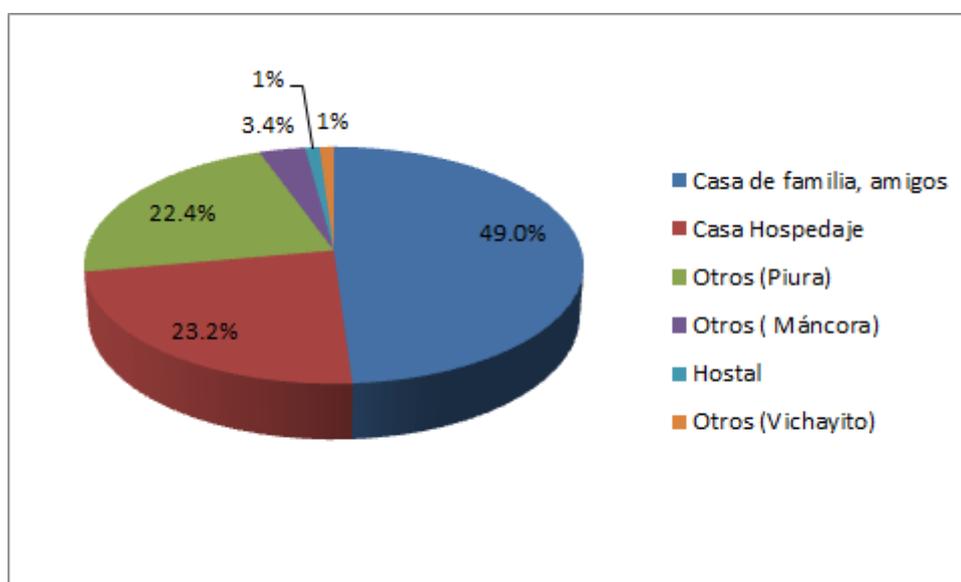


Figura 20:

Tipo de alojamiento utilizado por los vacacionistas limeños en Catacaos

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 17 registra información acerca del lugar de alojamiento de los visitantes. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 49.0% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 188 encuestados mencionaron que se alojan en la casa de familiares o amigos durante su estadía en el distrito de Catacaos.
- El 26.8% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 103 encuestados mencionaron otros sitios donde

se alojan durante su estadía en el distrito de Catacaos. Según el anterior resultado, el 22.4% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 86 encuestados mencionaron que se alojan en la ciudad de Piura, el 3.4% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 13 encuestados mencionaron que se alojan en Máncora. Y por último, el 1.0% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 4 encuestados mencionaron que se alojan en Vichayito.

- El 23.2% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 89 encuestados mencionaron que se alojan en casas hospedaje durante su estadía en el distrito de Catacaos.

Tabla 18
Medio de Financiamiento utilizado por los vacacionistas limeños para realizar una visita a Catacaos durante Semana Santa

MEDIO DE FINANCIAMIENTO	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
Ahorro	209	54.43%
Sueldo	160	41.67%
Tarjeta de crédito	15	3.9%
Tarjeta de débito	0	0.0%
Préstamo bancario	0	0.0%
Total	384	100.0%

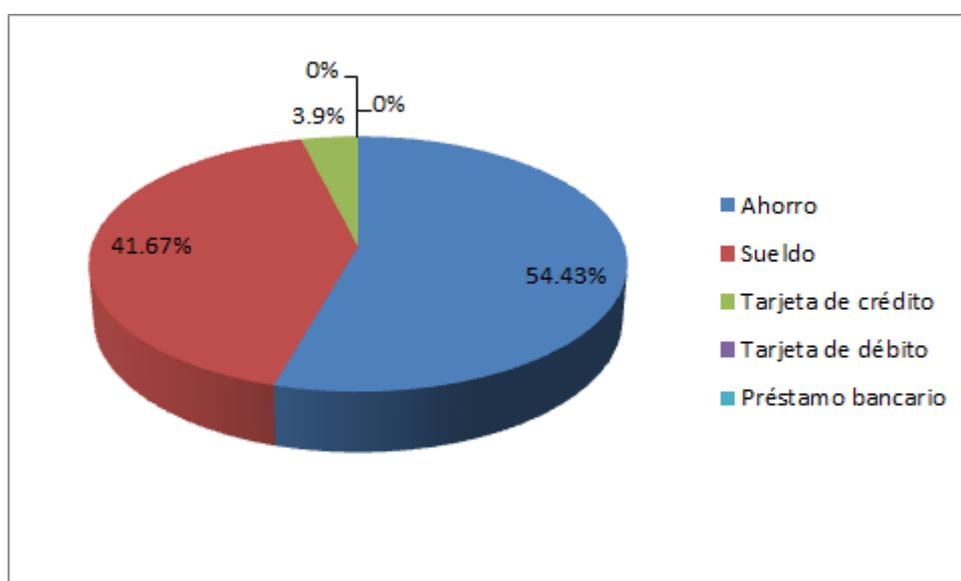


Figura 21:
Medio de Financiamiento utilizado por los vacacionistas limeños para realizar una visita a Catacaos durante Semana Santa

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 18 registra información acerca del medio de financiamiento de la visita al distrito. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 54.43% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 209 encuestados mencionaron a sus ahorros como medio de financiamiento de la visita a Catacaos.

- El 41.67% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 160 encuestados mencionaron al sueldo como medio de financiamiento de la visita a Catacaos.

Tabla 19
Presupuesto por parte de los vacacionistas limeños para realizar una visita a Catacaos durante Semana Santa

PRESUPUESTO	VACACIONISTAS	PORCENTAJE
600 a 800 soles	192	50.00%
Menos de 400 soles	115	29.95%
800 a 900 soles	69	17.97%
400 a 600 soles	4	1.04%
Más de 900 soles	4	1.04%
Total	384	100.0%

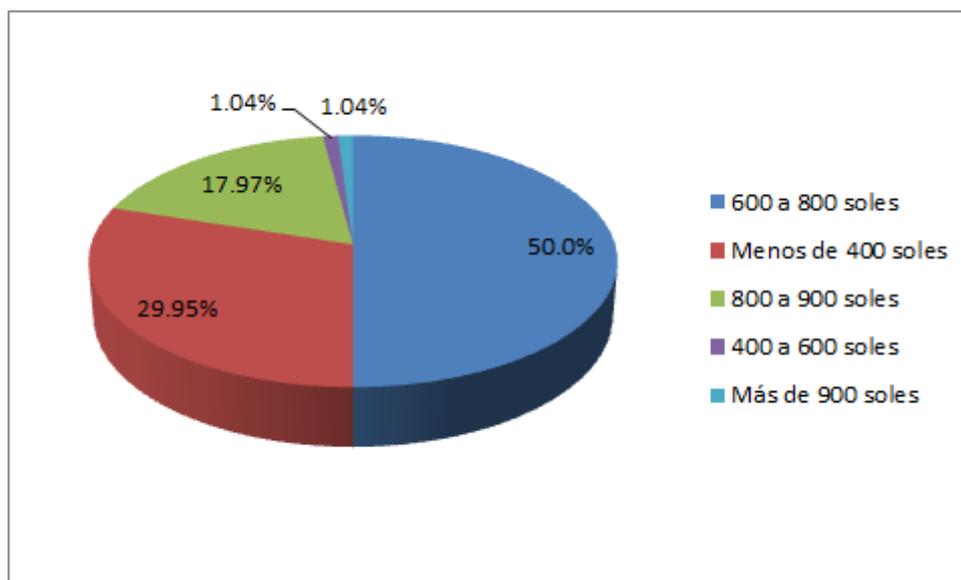


Figura 22:
Presupuesto por parte de los vacacionistas limeños para realizar una visita a Catacaos durante Semana Santa

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 19 registra información acerca del presupuesto de los visitantes. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 50% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 192 encuestados disponen de un presupuesto de 600 a 800 nuevos soles durante su permanencia en Catacaos.
- El 29.95% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa, conformados por 115 encuestados disponen de un presupuesto menor a 400 nuevos soles durante su permanencia en Catacaos.

4.1.2.- Entrevista a la autoridad local

El jueves 18 de Abril del 2019, visite la municipalidad de Catacaos aproximadamente a las 9:00 am, como estudiante de la carrera de Gastronomía y Gestión empresarial de la Universidad Le Cordon Bleu, solicite una entrevista con una autoridad local responsable del área de Turismo de Catacaos, para realizarle unas preguntas con respecto a la gastronomía y el turismo del distrito. Se me otorgo una cita para el viernes 19 de Abril a las 8:00 am. El día de la entrevista me recibió muy amablemente el asistente administrativo, debido a que la autoridad local se encontraba ocupada organizando la celebración del viernes Santo. La entrevista duro aproximadamente 15 minutos y pude recolectar valiosa información para mi trabajo de investigación.

Entrevista a la autoridad local

Nombre: Daffins Vladimiro Moran Flores

Cargo que desempeña: Asistente administrativo de turismo

Lugar de residencia: Catacaos

Lugar de origen o procedencia: Piura

1.- ¿La municipalidad distrital de Catacaos actualmente viene gestionando alguna iniciativa respecto al turismo y la gastronomía?

- Si, se está realizando una recopilación de datos gastronómicos locales y formalizando a los restaurantes de Catacaos. Por otro lado, se realizan ferias gastronómicas como el festival de la malarrabia que se celebró el 12 de abril.

2.- ¿Cuáles son los recursos gastronómicos que posee el distrito de Catacaos?

- Catacaos posee platos tradicionales como el seco chabelo, malarrabia, seco de cabrito con frejoles, cebiches, sudados, etc. Además, bebidas como la chicha de jora y el clarito.

3.- ¿El distrito de Catacaos cuenta con la infraestructura necesaria para generar acceso a todos los lugares turísticos?

- Sí, existen parqueos, cocheras y especialmente en Semana Santa no se permite la entrada de los autos a la plaza, para que los turistas nacionales e internacionales puedan conocer los lugares que el distrito ofrece como la calle comercio, la iglesia San Juan Bautista y las tradicionales picanterías cataquenses.

4.- ¿Cuál es el estado de conservación de la infraestructura turística del distrito de Catacaos?

- Se encuentra en óptimas condiciones y con la nueva gestión se busca mejorar la infraestructura turística para aprovechar el potencial gastronómico que tiene el distrito de Catacaos.

5.- ¿La municipalidad distrital de Catacaos actualmente cuenta con personal calificado en turismo?

- Sí. Existe personal enfocado a trabajar para mejorar el turismo en Catacaos. Además, hay personal encargado de las actividades audiovisuales y redes sociales en las cuales promocionamos las actividades del distrito.

6.- ¿La población del distrito de Catacaos actualmente se encuentra preparada para recibir arribo de turistas?

- Sí. Según las últimas declaraciones del alcalde se está trabajando para poder recibir a cerca de 10 mil turistas para los juegos panamericanos que se realizaran en el Perú. Piura será la sede del deporte de remo.

7.- ¿El distrito de Catacaos hace promoción turística?

- Sí. Estamos activos en las redes sociales como facebook, youtube, etc. en donde nos orientamos a promover las actividades que se pueden realizar en el distrito y los platos tradicionales que ofrece Catacaos.

8.- ¿Cuál es la principal actividad económica del distrito de Catacaos?

- La principal actividad económica es el turismo, los turistas nos visitan por las artesanías locales y la gran gastronomía Cataquense. Las fechas más importantes son Semana Santa, Carnavales y Bajada de reyes.

9.- ¿La municipalidad distrital de Catacaos actualmente posee una oficina de información turística?

- Sí. Está ubicado en la misma municipalidad de Catacaos.

10.- ¿La municipalidad distrital de Catacaos promueve la seguridad ciudadana?

- Sí. Venimos trabajando en la seguridad del distrito para que podamos crecer en el sector turismo.

11.- ¿El distrito de Catacaos cuenta con establecimientos de servicios tales como hospedajes y restaurantes?

- Contamos una asociación de picanterías conformadas por 32 locales oficializadas y 9 hospedajes formalizados.

12.- ¿Cuál es el principal inconveniente para que el distrito de Catacaos pueda desarrollarse turísticamente?

- Uno de los problemas puede ser el económico, no contamos con un gran presupuesto para trabajar. Por otro lado, existe la informalidad de algunos locales gastronómicos y la mala competencia entre algunos que hace que no puedan crecer conjuntamente.

14.- ¿Cuál es la temporada en la que acontece el mayor arribo de turistas al distrito de Catacaos?

- Definitivamente Semana Santa es la temporada en la que llegan mayor cantidad de turistas.

15.- ¿Cuenta el Distrito de Catacaos con una base de datos sobre el volumen de visitantes que arriban cada año?

- Sí. En la página web del distrito.

4.1.3.- Encuesta a las picanterías en Catacaos durante Semana Santa

Durante mi visita al distrito de Catacaos en Semana Santa, realice una encuesta a los dueños de 20 picanterías con la finalidad de obtener información acerca de la gastronomía local y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Tabla 20
Posibilidad de los vacacionistas para percibir por experiencia propia la gastronomía del distrito de Catacaos en Semana Santa

EXPERIENCIA GASTRONÓMICA EN CATACAOS	PICANTERÍAS	PORCENTAJE
Sí	20	100%
No	0	0%
Total	20	100%

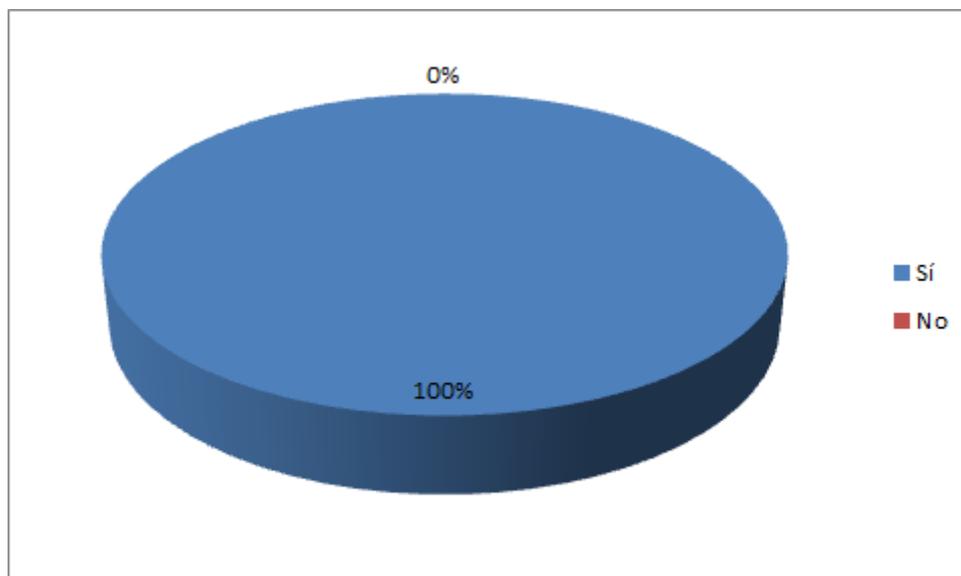


Figura 23:
Posibilidad de los vacacionistas para percibir por experiencia propia la gastronomía del distrito de Catacaos en Semana Santa

Según los resultados de las encuestas aplicadas a las picanterías durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, se puede mencionar que el 100%, conformado por 20 picanterías indicaron que si existe la posibilidad de que los

vacacionistas puedan percibir por experiencia propia la gastronomía del distrito de Catacaos durante Semana Santa.

Tabla 21
Conservación de la gastronomía autóctona del distrito de Catacaos en Semana Santa

MANTIENE GASTRONOMÍA AUTÓCTONA	PICANTERÍAS	PORCENTAJE
Sí	17	85.0%
No	2	10.0%
Muy pocos conservan la tradición	1	5.0%
Total	20	100%

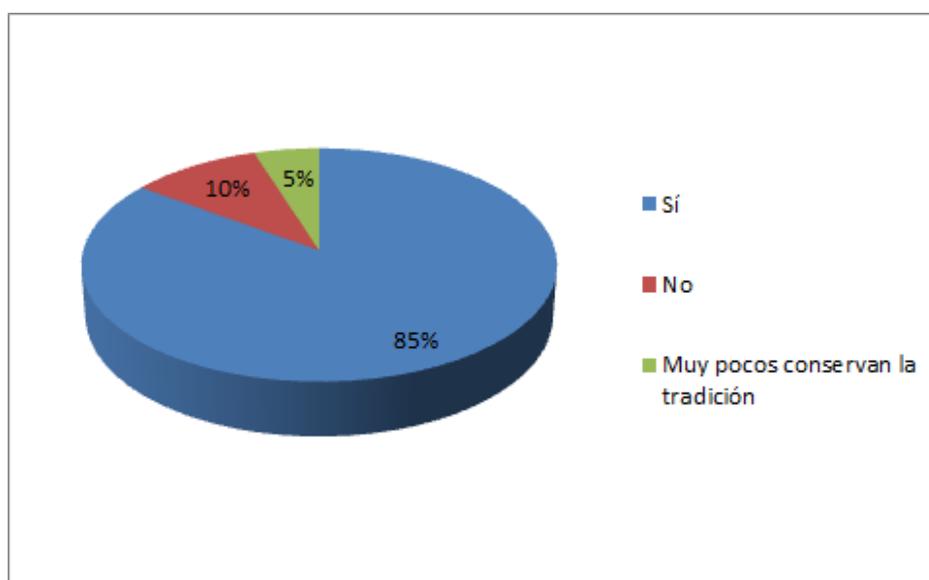


Figura 24:
Conservación de la gastronomía autóctona del distrito de Catacaos en Semana Santa

En base a las encuestas aplicadas a las picanterías durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 21 registra los siguientes resultados:

- El 85% de picanterías en Catacaos durante Semana Santa, conformados por 17 locales mencionaron que si se mantiene la gastronomía autóctona en Catacaos.
- El 10% de picanterías en Catacaos durante Semana Santa, conformados por 2 locales mencionaron que no se mantiene la gastronomía autóctona

en Catacaos. Debido a que se ha dejado de cocinar con leña en algunos locales, además señalaron que se han modificado algunas recetas tradicionales, buscando modernizarlas.

- El 5% de picanterías en Catacaos durante Semana Santa, conformado por 1 local menciona que son muy pocos los que mantienen la tradición en Catacaos.

Tabla 22
Platos tradicionales del distrito de Catacaos durante Semana Santa

PLATOS TRADICIONALES DURANTE SEMANA SANTA	PICANTERÍAS	PORCENTAJE
Malarrabia	12	60%
Malarrabia y Ronda Criolla	4	20%
Malarrabia y Seco de Cabrito con Frejoles	2	10%
Malarrabia y Seco Chabelo	2	10%
Total	20	100%

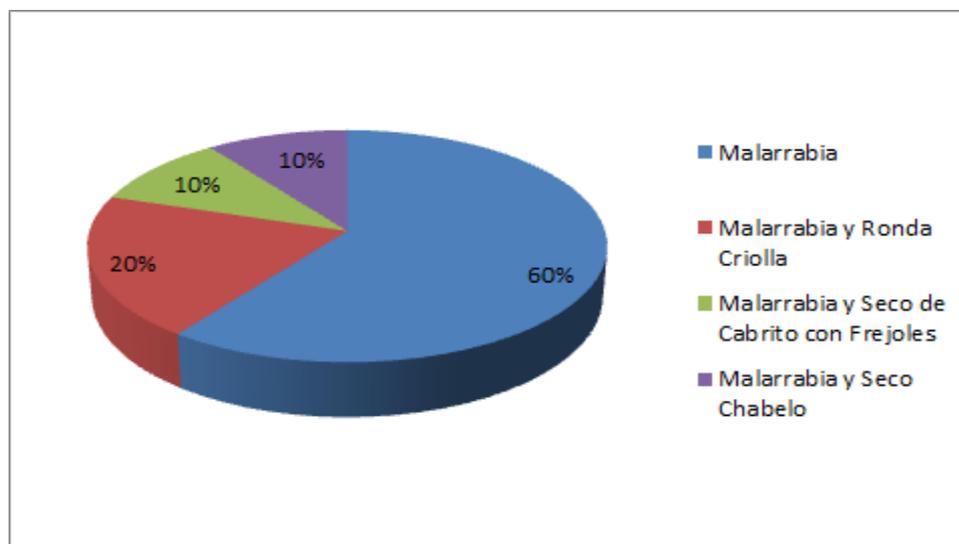


Figura 25:
Platos tradicionales del distrito de Catacaos durante Semana Santa

En base a las encuestas aplicadas a las picanterías durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 22 registra los siguientes resultados:

- El 60% de picanterías en Catacaos durante Semana Santa, conformados por 12 locales mencionaron a la Malarrabia como plato tradicional durante Semana Santa, especialmente el Viernes Santo.

Tabla 23
Platos típicos del distrito de Catacaos

PLATOS TÍPICOS DE CATACAOS	PICANTERÍAS	PORCENTAJE
Ronda Criolla - Cebiches- Seco Chabelo- Seco de Cabrito	3	15%
Seco Chabelo – Cebiches	2	10%
Ronda Criolla – Cebiches	2	10%
Seco de Cabrito - Sudados - Cebiches - Seco Chabelo	2	10%
Seco Chabelo - Ronda Criolla - Arroz con Pato	2	10%
Seco Chabelo - Ronda Criolla	2	10%
Seco de Cabrito - Arroz con Pato - Seco Chabelo	2	10%
Ronda Criolla – Malarrabia	2	10%
Seco de Cabrito - Pepianes- Sopa de Novios	1	5%
Malarrabia - Cebiches - Seco Chabelo	1	5%
Aguaditos - Atamalados - Sudados – Cebiches	1	5%
Total	20	100%

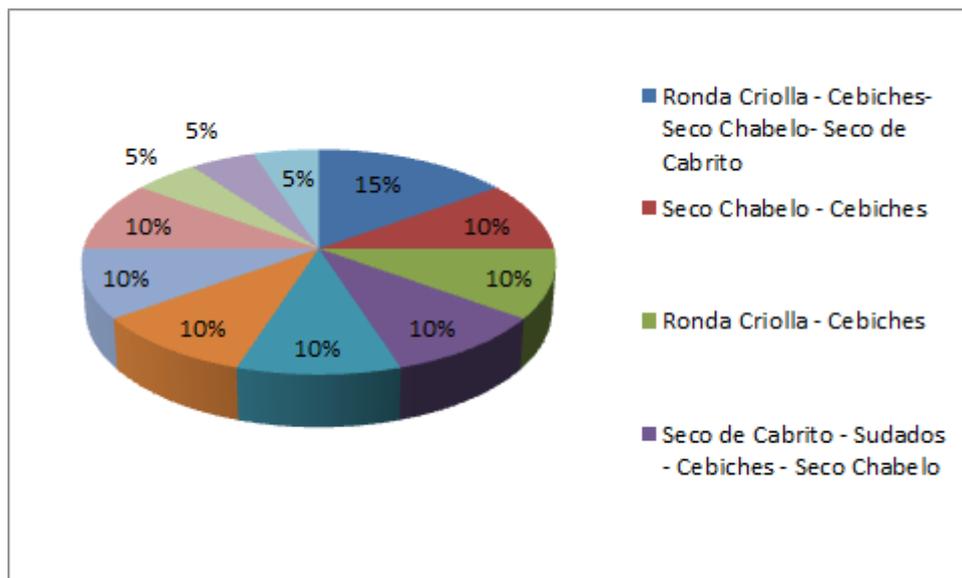


Figura 26:
Platos típicos del distrito de Catacaos

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 23 registra información acerca de los platos típicos del distrito. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 15% de picanterías en Catacaos durante Semana Santa, conformados por 3 locales mencionaron a la Ronda Criolla, Cebiches, Seco Chabelo y Seco de Cabrito con Frejoles como los platos típicos en Catacaos.
- El 10% de picanterías en Catacaos durante Semana Santa, conformados por 2 locales mencionaron al Seco Chabelo y los Cebiches como los platos típicos en Catacaos.

Tabla 24
Platos típicos del distrito de Catacaos que dejaron de prepararse

PLATOS QUE DEJARON DE PREPARARSE	PICANTERÍAS	PORCENTAJE
Se preparan todos	13	65%
Atamaladitos – Pepianes	3	15%
Sopa de novios – Aguaditos	1	5%
Carnes adobadas	1	5%
Cachemas Asadas	1	5%
Tollito Aliñado	1	5%
Total	20	100%

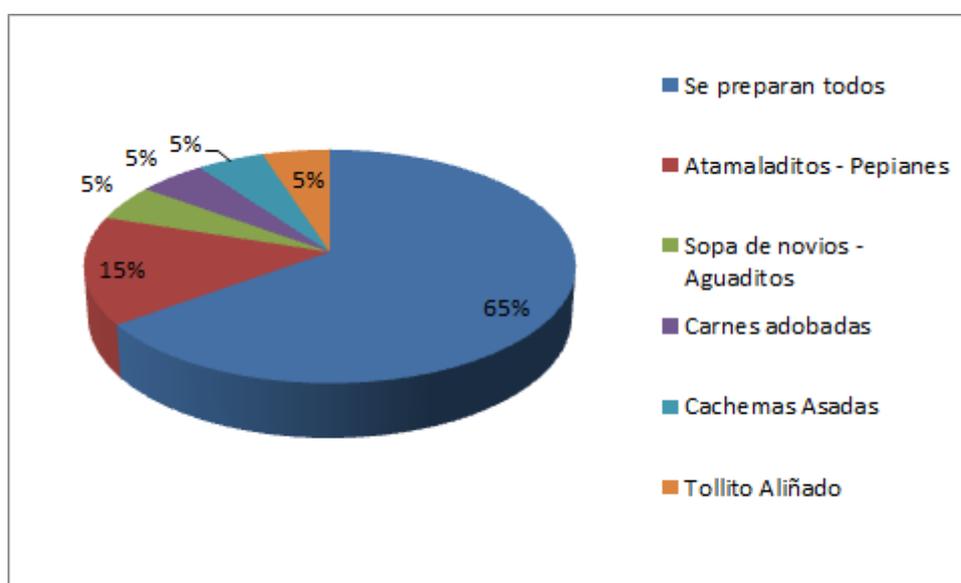


Figura 27:
Platos típicos del distrito de Catacaos que dejaron de prepararse

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 24 registra información acerca de platos típicos que dejaron de prepararse en el distrito. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 65% de picanterías en Catacaos durante Semana Santa, conformados por 13 locales mencionaron que no se ha dejado de preparar ningún plato típico en Catacaos. Señalaron que cuentan con los insumos para siempre

realizar cualquier preparación que prefiera el vacacionista que visita el distrito.

Tabla 25
Ingredientes autóctonos de la gastronomía Cataquense

INGREDIENTES AUTÓCTONOS	PICANTERÍAS	PORCENTAJE
Pescados - Carne aliñada - Plátano verde - Chicha de jora	6	30%
Pescados - Chicha de jora - Plátano verde	5	25%
Sarandaja- Ajíes- Limón- Plátano verde	3	15%
Limón - Plátano verde - Pescados - Chicha de jora - Carne aliñada	3	15%
Plátano verde - Chicha de jora – Sarandaja	2	10%
Plátano Verde – Sarandaja	1	5%
Total	20	100%

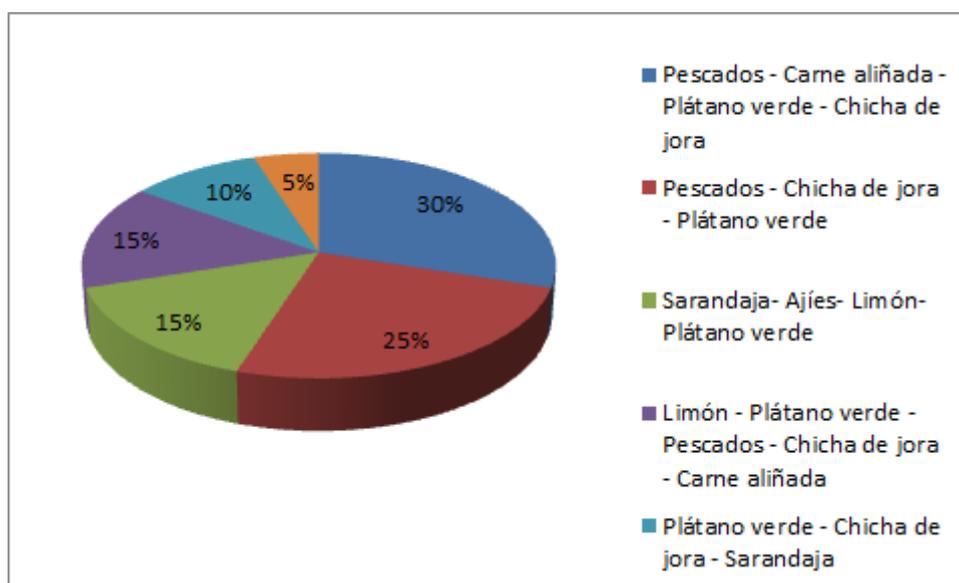


Figura 28:
Ingredientes autóctonos de la gastronomía Cataquense

En base a las encuestas aplicadas a los vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos, la tabla 25 registra información acerca de los ingredientes autóctonos del distrito. Asimismo, los resultados más resaltantes son los siguientes:

- El 30% de picanterías en Catacaos durante Semana Santa, conformados por 6 locales mencionaron a los pescados, carnes aliñadas, plátano verde y chicha de jora como ingredientes autóctonos de la gastronomía en Catacaos.
- El 25% de picanterías en Catacaos durante Semana Santa, conformados por 5 locales mencionaron a los pescados, chicha de jora y plátano verde como ingredientes autóctonos de la gastronomía en Catacaos.

Tabla 26
Es posible que los visitantes puedan aprender de parte de los establecimientos de alimentos y bebidas a elaborar algunos platos típicos de la gastronomía Cataquense

POSIBILIDAD APRENDIZAJE DE LA GASTRONOMÍA LOCAL	PICANTERÍAS	PORCENTAJE
Sí	19	95%
No	1	5%
Total	20	100%

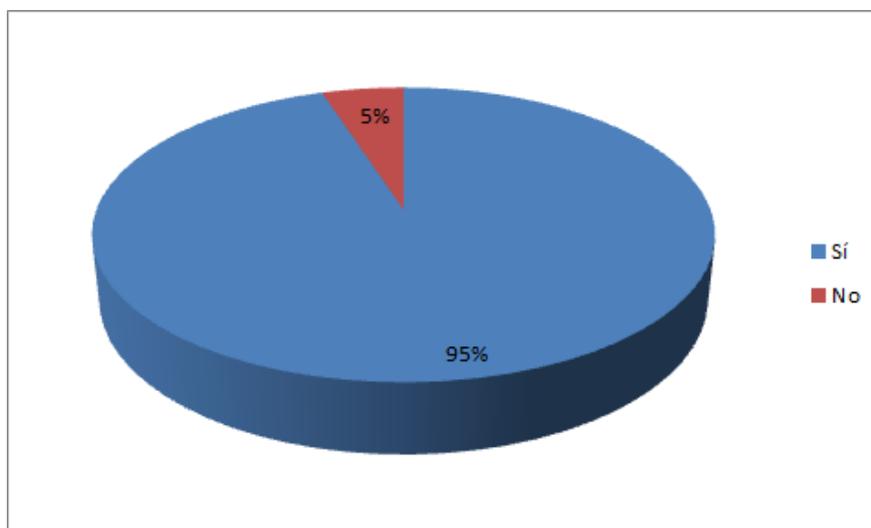


Figura 29:
Es posible que los visitantes puedan aprender de parte de los establecimientos de alimentos y bebidas a elaborar algunos platos típicos de la gastronomía Cataquense

Según los resultados de las encuestas aplicadas a las picanterías durante Semana Santa en el distrito de Catacaos. La tabla 26 registra lo siguiente:

- El 95% conformado por 19 picanterías, mencionaron que si existe la posibilidad de que los vacacionistas puedan aprender a elaborar algunos platos típicos de la gastronomía Cataquense por parte de las mismas, mientras se realice en un horario pertinente. Por otro lado, el 5% conformado por una picantería menciona que no es posible.

4.2- DISCUSIÓN

La investigación realizada busca contribuir al turismo gastronómico del distrito de Catacaos - Piura durante Semana Santa (2019). En primer lugar, para analizar el potencial de los productos locales, se realizó una revisión bibliográfica, seguida de una entrevista a la autoridad local, encuestas a los vacacionistas limeños con el fin de identificarlos, conocer sus preferencias gastronómicas, motivos de su visita al distrito de Catacaos, etc. Asimismo se realizaron encuestas a las picanterías de Catacaos, con el objetivo de conocer la situación gastronómica del distrito y describir alimentos y bebidas con potencial gastronómico. Estos datos recogidos en las encuestas brindaron información valiosa para poder identificar los alimentos y bebidas con potencial gastronómico del distrito de Catacaos en base a la preferencia de los vacacionistas limeños que visitaron este distrito durante Semana Santa.

Según PromPerú (2017), “Perfil del vacacionista limeño”, un estudio de características, interés, motivaciones, etc. de carácter cuantitativo basado en encuestas a hombres y mujeres que han viajado en el transcurso del año. Menciona como resultados que el turista limeño tiene en promedio 38 años, teniendo como los rangos de edad con mayor porcentaje el de 45 a 64 años con un 33%, seguido del rango de 35 a 44 años con un 25%. También mencionan que el 56% es mujer. Asimismo, que pertenece al nivel socioeconómico A, B o C, cuenta con educación superior, ya que la mayoría de encuestados señalaron que tienen grado de estudios técnicos un 44%, universitarios 21% y seguido de escolar 35%. Además, el 64% está

casado o tiene una pareja. Dichos resultados, se relaciona con los obtenidos durante la aplicación de la encuesta realizada a los vacacionistas limeños que visitan Catacaos durante Semana Santa. En la cual se señala al género femenino como el predominante con un 58.9%, sobre el masculino con un 41.1%. Además, el grado de instrucción con el que cuentan la mayoría de vacacionistas limeños que visitan el distrito de Catacaos es superior, teniendo como resultado que el 57% tiene grado de instrucción universitaria, seguido del técnico con 23.2% y el escolar con 19.8%. Sin embargo, respecto a la edad promedio y al estado civil de los vacacionistas limeños que visitan el distrito de Catacaos, se observa una diferencia a los resultados de PromPerú (2017). Teniendo como rango de edad con mayor porcentaje la de 26 a 35 años con un 47.1% y el estado civil predominante fue el soltero con 51.8%.

Por otro lado, PromPerú (2017), “Perfil del vacacionista limeño”, menciona que los principales motivos de viajes son el descansar o realizar actividades de ocio. Para elegir su destino, el 49% toma en cuenta los paisajes y la naturaleza, mientras que solo el 10% considera la buena gastronomía como un factor decisivo para escoger su lugar de visita. Además, mencionan que prefieren viajar con pareja con un 27%, el 69% utiliza los buses interprovinciales como medio de transporte, mientras que el 14% el avión y el 9% movilidad particular. Respecto al lugar de estadía, el 32% se aloja en casa de familiares y permanecen aproximadamente 5 noches en la provincia que visitan. El medio por el cual financian sus viajes son los ahorros con 78% y tienen un gasto promedio de 537 nuevos soles durante el viaje.

Estos resultados muestran algunas similitudes con los obtenidos en las encuestas realizadas durante el trabajo de investigación. En las cuales se obtienen como resultados que la mayoría de encuestados utilizaron como medio de transporte los buses interprovinciales 54.69%, seguido del avión con 35.16% y el auto propio con 8.07%. En cuanto al alojamiento, la mayor parte de los encuestados con un 49%

indico hospedarse en la casa de familiares o amigos residentes del distrito de Catacaos, el medio de financiamiento de su visita es el mismo que señala PromPerú (2017), los ahorros con 54.43% y el gasto promedio se aproxima al obtenido, la mitad de los encuestados señaló gastar entre 600 a 800 soles en su permanencia y el 29.95% menos de 400 soles. Debido a que, solo iban a almorzar y comprar algunos recuerdos locales, joyas, etc. Sin embargo, existen resultados que se diferencian a lo obtenido de las encuestas realizadas. Puesto que, la mayoría de los encuestados con 40.1% viajaron en familia. Además, se obtuvo a la gastronomía con un 51.04%, como el motivo principal de la visita a Catacaos durante Semana Santa por los vacacionistas limeños, seguido del tema religioso con un 37.24% y la visita de amigos y/o familiares residentes en Catacaos con un 11.72%. Cabe destacar que el 54.95% de los encuestados visitaron Catacaos en la Semana Santa del 2019 por primera vez, mientras que el 30.99% señaló visitar el distrito todos los años por dicha festividad religiosa. Con respecto a la permanencia en Catacaos por parte de los vacacionistas limeños el 67.71% menciono que solo estarían 3 días y 2 noches en el distrito. Por otro lado, el 25% señaló permanecer durante solo un día, ya que solo venían a probar la gastronomía local en la hora del almuerzo y la gran mayoría se estaba hospedando en la ciudad de Piura o en sus muy concurridas playas como Máncora, Vichayito, etc.

López & Margarida (2011) precisan en su investigación a la gastronomía como elemento clave en el desarrollo (y consolidación) de los destinos turísticos, debido a la importancia, cada vez mayor, que tiene para los viajeros el conocimiento de todo lo relacionado a la cultura gastronómica de los lugares que visita y aunque en ocasiones la comida no es el motivo principal del viaje, sí se configura como un elemento clave para realizar el viaje y, por tanto en uno de los aspectos fundamentales que deben tenerse en cuenta para promocionar una determinada área geográfica. Además, Di Clemente (2016) citado por Gomez (2018) en su tesis de maestría, mencionó

que las experiencias que transmiten emociones son las que hasta el momento representan el principal atractivo del viaje existencial y es en ese contexto que el turismo gastronómico viene posicionándose entre los turistas, ya que resulta muy atractivo el conocer y aprender nuevas culturas alimentarias, siendo partícipe en la prestación de servicios y adicionalmente tener una experiencia sensorial memorable. Estos antecedentes señalan la importancia de la gastronomía en lo relacionado al turismo. Esto se puede reafirmar con las encuestas realizadas a los vacacionistas limeños que visitaron el distrito de Catacaos durante Semana Santa. Puesto que, siendo una de las festividades religiosas más importantes y teniendo en cuenta la gran cantidad de fieles devotos al catolicismo que existe en el Perú, el principal motivo de visita por los encuestados fue la gastronomía local. Además según la entrevista realizada en la municipalidad de Catacaos, se destacó al turismo como principal actividad económica, debido a que el distrito de Catacaos cuenta con una gran gastronomía tradicional y finas artesanías. Por otro lado, Los cocineros y dueños de las picanterías encuestadas mencionaron la posibilidad de brindar una experiencia adicional a la del consumo de alimentos y bebidas locales en los establecimientos, como puede ser el aprendizaje de la preparación, tradición e historia de sus platos más representativos. Esto es sumamente importante para poder desarrollar el turismo gastronómico en Catacaos, ya que es necesario articular una serie de recursos turísticos, no solamente la existencia de una gastronomía local deliciosa servirá para brindar al vacacionista limeño una experiencia completa.

López-Guzmán, Muñoz & Perez (2014) analizaron los motivos que empujan y atraen al turista para visitar la feria gastronómica y artesanal parque Natural Sierra de Cazorla, Segura y las Villas, teniendo como resultado a la gastronomía como la principal motivación para visitar la feria. Sin embargo, existen otros factores relevantes que se deben tomar en cuenta. En este trabajo de investigación citaron a Tikkanem (2007), el cual manifiesta que la

relación que existe entre la gastronomía y el turismo se puede vertebrar en cuatro variables: atracción, complemento, experiencia y fenómeno cultural. De igual manera citaron lo dicho por Riley (2005) el turismo gastronómico tiene un mayor o menor grado de desarrollo de acuerdo con el nivel de conexión que la cocina tenga con la cultura y con los recursos naturales del lugar donde se halle radicado. Estos antecedentes tienen similitud a los resultados obtenidos en el trabajo de investigación, basándome en las encuestas a los vacacionistas limeños la principal motivación de su viaje a Catacaos fue la gastronomía y la gran mayoría habían consumido alimentos y bebidas locales como la Ronda Criolla, Cebiches, Malarrabia, Chicha de Jora, Clarito, etc. Respecto a lo mencionado por Riley (2005) se puede afirmar que la gastronomía Cataquense tiene una importante conexión con su cultura en Semana Santa, muchas de las celebraciones religiosas tienen a la comida como pieza importante para su realización. Asimismo, las cuatro variables de Tikkanem (2007) reafirman la relación existente de la gastronomía con el turismo en Catacaos, ya que se utiliza a la gastronomía como atracción, complemento, experiencia y fenómeno cultural durante Semana Santa por medio del conocido festival de los 7 potajes que se celebra el Jueves y Viernes Santo, el cual consta de centenares de diferentes preparaciones a base de carnes para el Jueves Santo y pescados para el Viernes Santo que ofrece el depositario elegido de forma gratuita como agradecimiento al Señor. También, existe el día de la Malarrabia, plato a base de frejoles, arroz blanco, plátano majado con queso y pescado sudado en un chicha de jora, consumido el Viernes Santo, esta preparación tiene gran demanda en las picanterías del distrito de Catacaos.

Para Quan & Wang (2004) la experiencia que el turista obtiene en los festivales gastronómicos se podría clasificar en tres grupos diferentes: por contraste (u oposición), por intensificación y por extensión. Por contraste se produce cuando el vacacionista consume una gastronomía diferente a la de su lugar de residencia. En base a las

encuestas realizadas a las picanterías Cataquenses, se nombraron una variedad de platos típicos que no son muy comunes en Lima, como la Ronda Criolla, Malarrabia, Seco Chabelo, Clarito, etc. y se pueden consumir en cualquier picantería y festividad en Catacaos. Respecto a la intensificación, la cual se produce cuando se refuerzan los alimentos que normalmente consumen los vacacionistas limeños. Contrastando esta realidad con los resultados manifestados como consecuencia de la aplicación de las encuestas en las picanterías se mencionaron ingredientes autóctonos que se utilizan en preparaciones conocidas por los vacacionistas limeños como la sarandaja, plátano verde, pescados (mero, cachema, cabrillon, etc.) en los cebiches y sudados. Por extensión, se produce cuando los vacacionistas se alimentan de lo que normalmente consumen en su dieta alimentaria. Si bien es cierto que en Catacaos existen establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas que se asemejan a lo consumido por los visitantes. Según las encuestas realizadas a los vacacionistas limeños el 97.4% de los encuestados señaló haber consumido alimentos y bebidas locales. Por ello, no se considera a los festivales realizados en Catacaos durante Semana Santa como de extensión. En conclusión, se considera al Festival de los 7 Potajes y la Malarrabia como de tipo contraste e intensificación. Además, se reafirma la importancia de los festivales gastronómicos de calidad para brindarle al vacacionista limeño una experiencia mayor durante su visita en Semana Santa.

Di Clemente, López-Guzmán & Hernández (2014) mencionan en su investigación que los aspectos hacia donde deberían dirigirse los esfuerzos de la región de Extremadura para desarrollar un turismo gastronómico exitoso son la coordinación y homogeneización de la oferta, participación transversal de los agentes implicados, la promoción y comercialización de Extremadura como destino de turismo gastronómico. Según las encuestas realizadas a los dueños de las picanterías de Catacaos durante Semana Santa, se obtuvo como uno de los resultados que el 35 % de las picanterías están

dejando de preparar algunos platos típicos que forman parte de la identidad gastronómica Cataquense, como los atamaladitos, pepianes, aguaditos, carnes adobadas, cachemas asadas, tollito aliñado, etc. debido a la poca rotación y al cambio de la leña por el gas para realizar los métodos de cocción. Por ello, no se puede asegurar una homogeneización en la oferta gastronómica en todas las picanterías de Catacaos. Sin embargo, de acuerdo a la entrevista realizada en el trabajo de investigación, se mencionó que la municipalidad de Catacaos está realizando una recopilación de datos gastronómicos locales para revalorar platos típicos, ingredientes y métodos de cocción. También se está formalizando a las picanterías, debido a que existe informalidad de algunos locales gastronómicos y la mala competencia entre algunos que hace que no puedan crecer conjuntamente. Por otro lado, existe una asociación de picanterías Catequenses liderada por el dueño de la Picantería El Ganzo Azul, con las cuales se puede coordinar una oferta gastronómica que represente la identidad y tradición del distrito de Catacaos. Para ello es importante la participación de los agentes implicados como indican los autores. En este caso la municipalidad distrital, las picanterías y las asociaciones religiosas que realizan las festividades en Semana Santa. Con respecto a la promoción y comercialización del destino, en la entrevista se mencionó que utilizan las redes sociales como Facebook, Youtube, etc. para promover las actividades que se pueden realizar en Catacaos y los platos tradicionales que ofrecen durante Semana Santa.

Vegas (2018) señala como una opción a considerar, la implementación de rutas gastronómicas en el distrito de Piura, en la que los viajeros puedan descubrir sabores locales y aprender acerca de la cultura, costumbres, identidad, etc. con actividades relacionadas al tema. Además Rijalba (2018) citado por Vegas (2018), señala ciertos elementos en los que se vinculan la gastronomía y el turismo en el distrito de Piura. Uno de ellos es la pérdida de costumbres, el problema potencial que tiene la región con su gran gastronomía frente

a los muy pocos alojamientos con los que cuentan, sumándole que no cuentan con un city tour. Por otro lado, indica que uno de los primeros pasos para activar un plan de desarrollo turístico y gastronómico es identificar el entorno y el producto con potencial para atraer turistas. Estos antecedentes señalan la razón por la cual se desarrolló este trabajo de investigación, la cual es contribuir al turismo gastronómico de Catacaos- Piura, describiendo a los vacacionistas limeños que visitan el distrito de Catacaos durante Semana Santa y en base a sus preferencias gastronómicas y a la información obtenida de las encuestas realizadas a las picanterías, identificar el alimento o bebida local con potencial gastronómico, el cual según las encuestas realizadas a los vacacionistas limeños es la Ronda Criolla. Por otro lado, durante la recopilación de información que se realizó en Catacaos, se pudo observar lo mencionado por Rijalba (2018) no existen agencias de viajes en Catacaos y solo cuentan con 9 hospedajes. Por ello, el 49% de vacacionistas limeños que visitan Catacaos en Semana Santa se alojan en casas de familiares o amigos. Además, el 25% de vacacionistas solo permanecen un día en el distrito y se hospedan en la ciudad de Piura en su mayoría. Estos datos indican la existencia de necesidades insatisfechas, que no permiten aprovechar al máximo los recursos gastronómicos de Catacaos, teniendo en cuenta que el turismo gastronómico no solo debe ser un plato sabroso, sino también buena presentación, ambiente acogedor, buen servicio y experiencias adicionales a la del consumo de alimentos y bebidas. Respecto a la pérdida de las tradiciones como lo menciona Rijalba (2018); En Catacaos, durante la celebración por Semana Santa se siguen realizando los festivales y actividades tradicionales. Sin embargo, durante el desarrollo de la investigación in situ, parte de los establecimientos encuestados manifestaron la extinción o desaparición de algunos platos tradicionales, los mismos que no se preparan exclusivamente para Semana Santa, pero son parte de la identidad Cataquense, esto indica la responsabilidad de la asociación de picanterías, el sector académico, la municipalidad distrital, en otros, velar en todo momento

para recuperar y revalorar las recetas y demás tradiciones culinarias del distrito de Catacaos. Por ello, el gobierno local viene realizando un trabajo basado en la recopilación de datos gastronómicos locales para revalorar platos típicos, ingredientes y métodos de cocción, todo ello fue manifestado durante la entrevista realizada a un representante de la municipalidad distrital de Catacaos.

V. CONCLUSIONES

1. La Ronda Criolla es el producto con mayor demanda por los vacacionistas limeños durante Semana Santa en base a sus preferencias, plato Cataquense a base de Seco Chabelo, carne aliñada, majado de yuca y costillar de cerdo.
2. Las picanterías están dejando de preparar algunos platos típicos que forman parte de la identidad gastronómica Cataquense, como los atamaladitos, pepianes, aguaditos, carnes adobadas, cachemas asadas, tollito aliñado, etc. debido a la poca rotación y al cambio de la leña por el gas para realizar los métodos de cocción.
3. El perfil del vacacionista limeño en Catacaos es similar en algunos puntos al que menciona PromPerú en su investigación. Sin embargo, existen resultados que se diferencian, como es el caso de la motivación principal de la visita al destino.
4. La gastronomía local es un motivo principal de los vacacionistas limeños visitar a Catacaos durante Semana Santa, este resultado reafirma lo señalado por los distintos autores que se han citado en este trabajo, con respecto a la importancia que tiene para los viajeros el conocimiento a todo lo relacionado con la cultura gastronómica de los lugares que visita.
5. Existen necesidades insatisfechas, que no permiten aprovechar al máximo los recursos gastronómicos de Catacaos, teniendo en cuenta que el turismo gastronómico no solo debe ser un plato sabroso, sino también buena presentación, ambiente acogedor, buen servicio y ofrecer la oportunidad a los visitantes de conocer y aprender de la cultura alimentaria local, siendo participe en la prestación de servicios y adicionalmente tener una experiencia sensorial memorable.

6. Los dueños de las picanterías del estudio realizado mencionaron la posibilidad de brindar una experiencia adicional a la del consumo de alimentos y bebidas locales en los establecimientos, como puede ser el aprendizaje de la preparación, tradición e historia de sus platos más representativos.
7. Se ha identificado que los recursos gastronómicos son importantes para el desarrollo del turismo de una región. Esto permitirá el aumento de la demanda turística, lo cual significa más puestos de trabajo para los habitantes locales, productores, proveedores del servicio, etc.
8. El turismo gastronómico tiene un mayor o menor grado de desarrollo de acuerdo con el nivel de conexión que la cocina tenga con la cultura y con los recursos naturales del lugar.

VI. RECOMENDACIONES:

1. Que el gobierno distrital de Catacaos debería incluir en sus planes de desarrollo turístico, políticas de impulso y revaloración de su gastronomía local y la promoción de sus atractivos turísticos. Relacionando los servicios gastronómicos con artesanías, religión, ferias y festivales, etc.
2. Se debe crear una base de datos por parte de la Municipalidad distrital de Catacaos, en la cual se documente información valiosa como el de número de arribo, permanencia de vacacionistas nacionales y extranjeros.
3. Se debe reforzar el prestigio de la Ronda Criolla como plato popular de Catacaos, siendo este junto a la bebida clarito, los productos con mayor demanda por los vacacionistas limeños durante Semana Santa.
4. Que la asociación de picanterías, el sector académico, la municipalidad distrital, entre otros, deberían recuperar y revalorar las recetas y demás tradiciones culinarias del distrito de Catacaos.
5. Se debe continuar con los festivales gastronómicos y fomentar la creación de nuevas actividades en otras fechas del año, relacionados con la historia, costumbres y métodos de cocción tradicionales del distrito.
6. La Municipalidad de Catacaos debe seguir trabajando en la identificación y registro de recursos gastronómicos del distrito, con la finalidad de tener un consolidado de ellos, para generar nuevos productos turísticos para beneficio de pobladores locales, picanterías, hospedajes, etc.

7. Que la Municipalidad distrital de Catacaos junto a profesionales en Turismo deberían brindar asesorías y capacitaciones en buenas prácticas de manipulación de alimentos y calidad de servicio a la Asociación de picanterías de Catacaos.

8. Se debe implementar los siguientes lineamientos de acción para mejorar el turismo gastronómico en Catacaos durante Semana Santa, como: Revalorar la gastronomía tradicional. Implementación de buenas prácticas de manipulación de alimentos y técnicas de servicio en los establecimientos gastronómicos. Relacionar los servicios gastronómicos con artesanías, religión, etc. con mayor promoción de los festivales que se celebran en esas fechas o la implementación de nuevos festivales, rutas gastronómicas basadas en los alimentos y bebidas de mayor preferencia por los visitantes. Diferenciación con otras regiones que reciben gran cantidad de vacacionistas limeños durante Semana Santa, mediante trabajo asociativo de la municipalidad distrital, la asociación de picanterías y los habitantes del distrito.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Aguilar, V., Rivas, H., & Gonzáles, R. (2008). *Glosario de Turismo: Glosario de términos técnicos relacionados con la actividad turística*. Santiago de Chile: SERNATUR.
- Álvarez, I. (2005). Cocinas regionales. En desde los Andes al mundo, sabor y saber. *Primer congreso para la preservación y*

difusión de las cocinas regionales de los países andinos (págs. 269-293). Lima: Universidad San Martín de Porres.

- Cracolici, M., Nijkamp, P., & Rietveld, P. (2008). Assessment of tourism competitiveness by analyzing destination efficiency. *Tourism Economics*, 14, 325-542.
- Di Clemente. (2016). *Las variables experienciales como determinantes de la calidad de vida, la satisfacción y la lealtad del turista en el contexto del turismo gastronómico*. Extremadura-España: Universidad de Extremadura.
- Di Clemente, E., López-Guzmán, T., & Hernández, J. (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura. *Monográfico*, 817-833.
- Gomez Castillo, E. (2018). *Revaloración de la cocina tradicional del distrito de Anco Huallo (Uripa), en Chincheros - Apurímac; a través de un registro gastronómico, para su difusión y desarrollo turístico*. Lima-Perú: Universidad San Martín de Porres.
- Heath, E., Alberts, N., & Du Rand, G. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. *Journal of travel and tourism marketing*, 14, 97-112.
- López Guzmán, T., & Margarida, M. (2011). Turismo, Cultura y Gastronomía, una aproximación a las rutas culinarias. *Book of proceedings - international conference on tourism and management studies*, 917-918.
- López-Guzmán, T., Muñoz, G., & Perez, J. (2014). Motivación y segmentación del turista en festivales culinarios. el caso de la feria gastronómica en el parque natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas (España). *International Journal of World of tourism*, 20-21.
- MEF. (2011). *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de*. Lima.
- MINCETUR. (2012). *Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. Lima: Helmen Perú.
- MINCETUR. (2018). *Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos*. Lima: Viserza.

- Ministerio de Cultura. (s.f.). *Ministerio de Cultura*. Recuperado el Sábado 06 de Julio de 2019, de Ministerio de Cultura: <https://www.cultura.gob.pe>
- Montecinos, A. (2016). *Turismo gastronómico sostenible: Planificación de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos*. México: Centro Empresarial Gastronómico Hotelero.
- Morcia Rivera, F. (2013). *La cocina de Pozuzo como eje central de una ruta gastronómica para su desarrollo turístico (Tesis de maestría)*. Lima-Perú: Universidad San Martín de Porres.
- PromPerú. (2017). *Perfil del vacacionista nacional*. Lima: PromPerú.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experience in tourism. *Tourism management, 25*, 297-305.
- Revel, J. (2006). *Un festín en palabras. Historia de la sensibilidad gastronómica, de la antigüedad a nuestros días* (Vol. 2 ed.). Madrid: Tusquets.
- Rijalba, P. (2018). Impacto de la gastronomía en el turismo y la hostelería en el Perú. Piura-Perú: Instituto Ceturgh.
- Riley, M. (2005). Food and beverage management. A review of change. *International journal of contemporary hospitality management, 17*(1), 88-93.
- Spaey, A. (1998). La gastronomía y el turismo hoy. *USMP-EPTH, La Academia en la olla*, 31-40.
- Tikkanen, I. (2007). Maslow's hierarchy and food tourism in Finland: five cases. *British food journal, 109*(3), 721-734.
- Tse, P., & Crofts, J. (2005). Antecedents of novelty seeking: International visitors propensity to experiment across Hong Kong's culinary traditions. *Tourism Management, 26*, 965-968.
- UNWTO. (2017). *Second Global Report on Gastronomy Tourism. Affiliate members report, 16*.
- Vegas, K. (2018). *Aporte de la gastronomía en el turismo de Piura (Tesis de doctorado)*. Lima-Perú: Universidad San Martín de Porres.

- WTO. (2002). *The british ecotourism market*. EE.UU: UNWTOeLIBRARY.
- Zapata, S. (2008). La gastronomía como recurso turístico: El reto de las rutas gastronómicas. *Rumbos XII*, 121-124.

ANEXOS

ANEXO I

ENCUESTA AL VISITANTE

Vacacionistas limeños durante Semana Santa en el distrito de Catacaos – Piura.

- 1.- Género :
- 2.- Edad :
- 3.- Ocupación :
- 4.- Distrito de residencia :
- 5.- Estado civil :
- 6.- Grado de instrucción :

7.- Ingresos Mensuales

- a) Menos de 930 soles
- b) 930 a 1500 soles
- c) 1500 a 2500 soles
- d) 2500 a 3500 soles
- e) 3500 a 4500 soles
- f) Más de 4500 soles

8.- ¿Cuál fue su fuente de información para planificar su viaje por Semana Santa a Catacaos?

- a) Agencia de viajes
- b) Internet
- c) Amigos o familia
- d) Folletos o anuncios
- e) Otros (especificar)

9.- ¿Qué medio de transporte usó en su viaje a Catacaos?

- a) Bus interprovincial
- b) Avión
- c) Auto propio
- d) Vehículo de un amigo o familiar

10.- ¿Con quién vino de visita por Semana Santa a Catacaos?

- a) En familia
- b) En pareja
- c) Con amigos
- d) Solo

11.- ¿Cuánto tiempo permanecerá de visita en Catacaos?

- a)3 días y 2 noches
- b)4 días y 3 noches
- c)5 días y 4 noches
- d)Otro (especificar)

12.- ¿Cuáles son las motivaciones de su visita a Catacaos?

- a)Cultural
- b)Religioso
- c)Gastronómico
- d)Visita de amigos y familiares
- e)Otros (especificar)

13.- ¿Ha consumido productos gastronómicos tradicionales en su visita a Catacaos durante Semana Santa? (Si la respuesta es afirmativa, especifique cuales han sido los productos gastronómicos que consumió)

.....

14.- ¿Con que frecuencia visita Catacaos en Semana Santa?

- a)Es la primera vez
- b)Cada dos años
- c)Cada tres años
- d)Todos los años
- e)Otro (especificar).....

15.- ¿Cuál es el tipo de alojamiento que está utilizando mientras permanece de visita en Catacaos?

- a)Hostal
- b)Casa hospedaje
- c)Casa de familiares y amigos
- d)Otro (especificar)

16.- ¿Cómo financia sus gastos mientras permanece de visita en Catacaos?

- a)Ahorros.
- b)Sueldos.

- c) Tarjeta de crédito
- d) Tarjeta de débito
- e) Préstamo bancario

17.- ¿Cuánto es el presupuesto que dispone mientras permanece de visita en Catacaos?

- a) Menos de 400 soles
- b) De 400 a 600 soles
- c) De 600 a 800 soles
- d) De 800 a 900 soles
- e) Más de 900 soles

ANEXO II

Entrevista a la autoridad local

Nombre :

Cargo que desempeña :

Lugar de residencia :

Lugar de origen o procedencia :

1.- ¿La municipalidad distrital de Catacaos actualmente viene gestionando alguna iniciativa respecto al turismo y la gastronomía?

2.- ¿Cuáles son los recursos gastronómicos que posee el distrito de Catacaos?

3.- ¿El distrito de Catacaos cuenta con la infraestructura necesaria para generar acceso a todos los lugares turísticos?

4.- ¿Cuál es el estado de conservación de la infraestructura turística del distrito de Catacaos?

5.- ¿La municipalidad distrital de Catacaos actualmente cuenta con personal calificado en turismo?

6.- ¿La población del distrito de Catacaos actualmente se encuentra preparada para recibir arribo de turistas?

7.- ¿El distrito de Catacaos hace promoción turística?

8.- ¿Cuál es la principal actividad económica del distrito de Catacaos?

9.- ¿La municipalidad distrital de Catacaos actualmente posee una oficina de información turística?

10.- ¿La municipalidad distrital de Catacaos promueve la seguridad ciudadana?

11.- ¿El distrito de Catacaos cuenta con establecimientos de servicios tales como hospedajes y restaurantes?

12.- ¿Cuál es el principal inconveniente para que el distrito de Catacaos pueda desarrollarse turísticamente?

14.- ¿Cuál es la temporada en la que acontece el mayor arribo de turistas al distrito de Catacaos?

15.- ¿Cuenta el Distrito de Catacaos con una base de datos sobre el volumen de visitantes que arriban cada año?

ANEXO III

ENCUESTA A LAS PICANTERÍAS DE CATACAOS DURANTE SEMANA SANTA

Recursos gastronómicos

1.- ¿Es posible que un turista pueda percibir por propia experiencia la gastronomía típica del Distrito de Catacaos en semana santa?

a) Si:

b) No

2.- ¿Aún se mantiene como en antaño la gastronomía autóctona por semana santa en el Distrito de Catacaos?

a) Si se mantiene.

b) No se mantiene.

c) Muy pocas personas conservan la tradición

3.- ¿Que platos tradicionales por semana santa es posible disfrutar hoy en día en el Distrito de Catacaos?

.....
.....

4.- ¿Cuáles son los platos típicos de Catacaos?

.....
.....

5.- ¿Cuáles son los platos tradicionales de la gastronomía Cataquense que ya dejaron de prepararse hoy en día?

.....
.....

6.- ¿Cuáles son los ingredientes autóctonos de la gastronomía Cataquense?

.....
.....

7.- ¿Es posible que los visitantes puedan aprender de parte de los establecimientos de alimentos y bebidas a elaborar algunos platos típicos de la gastronomía Cataquense?

.....
.....

FOTOGRAFÍAS

Fotografía 01: Mapa del distrito de Catacaos



Fuente: Municipalidad Distrital de Catacaos

Fotografía 02: Plaza de Armas - Catacaos



Fuente: Autoría propia

Fotografía 03: Calle Comercio de Catacaos



Fuente: Autoría propia

Fotografía 04: Comida local Cataquense



Fuente: Autoría propia
Fotografía 05: Malarrabia



Fuente: Autoría propia

Fotografía 06: Seco de chabelo



Fuente: Autoría propia

Fotografía 07: Ronda Criolla



Fuente: Autoría propia