

# BOLETÍN

## de la Carrera de **Gastronomía** y Gestión de **Restaurantes**



**EDITORIAL por: Lorena Esparza Patiño**  
*Lic. Administración Hotelera*  
*Docente de la carrera de Gastronomía y Gestión de Restaurantes*

La diversidad de oportunidades en la industria gastronómica nos abre las puertas a innumerables opciones para un público que día a día se vuelve más exigente. Una de las alternativas que está creciendo con más fuerza es la de las rutas gastronómicas, y en esta oportunidad, los invitamos a descubrir la ruta de la castaña, una excelente opción para quienes tengan la dicha de visitar nuestra maravillosa selva.

Todos sabemos que diariamente muchos negocios se inician en el mundo de la restauración. Cada uno de ellos tiene características que los diferencia del resto, como puede ser la originalidad de la carta, la personalización del servicio o la presentación de sus platos. Sin embargo, hay un punto que muchas veces queda en un segundo plano y que realmente resulta imprescindible en la planificación de cualquier negocio: el diseño del restaurante. En esta edición entrevistamos a José Orrego, reconocido arquitecto, quien nos ofrece una nueva perspectiva sobre la importancia de la iluminación, los materiales, los colores, entre muchos otros aspectos.

La originalidad es un factor que puede atraer a muchos clientes. Es por eso que esta vez exploramos el mundo de la gastronomía molecular, ofreciendo un alcance más

cercano sobre esta tendencia que ha revolucionado al mundo. Esta vez los invitamos a explorar la técnica de las esferificaciones, la que incluso podrán realizar en casa.

No podríamos hablar de un gran crecimiento en nuestra gastronomía sin dejar de mencionar a quienes merecen un enorme reconocimiento: los productores, aquellos que dan el primer paso en la gran cadena de procesos que toman los alimentos para llegar desde su origen hasta la mesa de los comensales.

Queda muy poco para iniciar uno de los eventos gastronómicos más importantes, no solo a nivel local sino también internacional: la gran feria MISTURA. Y ahora que nuestro país está en la mira del mundo, es momento de continuar traspasando fronteras. Sigamos el ejemplo de aquellos restaurantes que han logrado conquistar al público extranjero, y promover con gran orgullo nuestra deliciosa cocina.

¡Les deseamos un exitoso semestre!

**¡Bienvenidos!**

## CONTENIDO

## PÁG.

|                                                                                                          |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Editorial .....                                                                                          | <b>1</b>  |
| Sumilla .....                                                                                            | <b>2</b>  |
| Una ruta imperdible: La Castaña de Tambopata .....                                                       | <b>4</b>  |
| Diseño de restaurantes: La importancia de los conceptos .....                                            | <b>5</b>  |
| Gastronomía Molecular: Nombre científico<br>para los experimentos de un laboratorio llamado cocina ..... | <b>8</b>  |
| La importancia de los productores como<br>primer eslabón en la cadena de distribución .....              | <b>9</b>  |
| Cinco restaurantes peruanos<br>que dan la hora alrededor del mundo .....                                 | <b>10</b> |



## Boletín de la Carrera de Gastronomía y Gestión de Restaurantes

### **Directora de la carrera:**

Marizoila Fontana Roos

### **Editora:**

Ana Lorena Esparza Patiño

### **Colaboradores:**

Angélica María Arriola Miranda

Maria Ysabel Galarza Basurto

Rosa Alejandra Longa López

José Orrego Herrera

### **Fotografía:**

Angélica María Arriola Miranda

Rosa Alejandra Longa López

José Orrego Herrera

### **Equipo de Gastronomía y Gestión de Restaurantes:**

Marizoila Fontana Roos

Giannina Ferreyros Verme

Dayana Barriga Rodríguez

Ana Lorena Esparza Patiño

**Boletín N° 10 (julio - setiembre 2013)**

### **Diagramación:**

La Agencia

Calle Toulon 374, La Molina, Lima - Perú

Teléfono: (511) 317-1000, anexo 3253

Facultad de Administración Hotelera,  
Turismo y Gastronomía



UNIVERSIDAD  
**SAN IGNACIO  
DE LOYOLA**



**Por: Angélica María Arriola Miranda**

*Magister en Ecoturismo*

*Docente de la carrera de Gastronomía y Gestión de Restaurantes.*

*Consultora en Planificación y Gestión Turística*

## Una ruta imperdible:

# LA CASTAÑA EN TAMBOPATA

La feria gastronómica más importante del continente se realiza aquí. En su última edición, Mistura reunió a más de 500 mil comensales en el Campo de Marte. Cada vez aparecen más centros de formación en turismo y gastronomía. Los estudiantes para chefs superan los 80 mil tan solo en Lima. El año pasado se presentó el documental Perú Sabe, donde el español Ferrán Adriá y Gastón Acurio mostraban ante el mundo las riquezas culinarias del país. Los bancos ahora ofrecen a sus clientes utensilios de cocina y recetas firmados por los más renombrados cocineros del Perú como recompensa a nuevos sistemas de ahorro. Ahora todos los festivales musicales incluyen numerosos stands de comida. Y cada año una gran cantidad de publicaciones gastronómicas ven la luz.

Pero el boom gastronómico del país, no solo se refleja en estos temas. El cada vez mayor interés del mundo en nuestra gastronomía tiene otras formas de reconocimiento: las rutas gastronómicas, "itinerarios turísticos basados en alimentos en torno a los cuales se construyen productos recreativos y culturales que permiten al visitante explorar la cadena de valor del alimento desde la producción primaria hasta el plato", como lo define Barrera.

La Ruta del Pisco, que se empezó en Ica, La Ruta del Café en Oxapampa (Pasco), o la Ruta Gastronómica Moche (Trujillo y Lambayeque), son algunos ejemplos de lo variadas que pueden llegar a ser. Sin embargo, existe una muy poca conocida, que se puede realizar en la provincia de Tambopata, Madre de Dios, en la selva sur del Perú.

Pocos llegan aquí porque aún no ha sido muy promocionada. Pero esta mágica experiencia debería ser vivida por todos. Caminar por los bosques, navegar por el río, sentir la lluvia a cántaros, degustar platos típicos de la región y no sentir nada más por las noches que el susurrar de los animales y plantas silvestres. La excursión consta de una caminata por el bosque (localidad Hacienda Concepción) en busca del árbol de castaña. En época de frutos (de enero a marzo), los turistas pueden hacer una colecta. La empresa que está operando esta ruta provee los cascos y bolsos para ésta actividad. Allí se interpretan los usos del fruto (por los habitantes locales, por las comunidades nativas y por la fauna de la zona) así como su importancia en la actividad económica de la región Madre de Dios. Luego de la colecta uno se dirige a la "Cabaña Castañera" donde encontrará una pequeña representación de todo el proceso de cosecha (habrán cocos, frutos, castañas y paneles informativos).



Caminata por el bosque para identificación del árbol de la castaña, localidad Hacienda Concepción, provincia de Tambopata, región Madre de Dios, Perú.



"Cabaña Castañera", localidad Hacienda Concepción, provincia de Tambopata, región Madre de Dios, Perú.

Se trata de una excursión de medio día, con una duración de tres a cinco horas, lo que nos permitiría clasificarla como un paquete half day. El nivel de dificultad es medio, dado que el recorrido que se debe hacer hacia el árbol de castaña puede ser extenso.

En este caso, se trata de un proyecto privado de la empresa Inkaterra, que presenta esta novedosa ruta como parte de su programa turístico titulado "Hacienda Concepción". La ruta fue inaugurada el primero de julio de 2013, y ya se está comercializando. La empresa recomienda la ruta inclusive para niños, aún sin costo adicional (por estar recién inaugurada es parte de las excursiones que se ofrecen en el paquete de estadía). Así que animense a visitarla, a conocer el valor, el trabajo y el esfuerzo que hay detrás de una simple castaña y sobre todo, ¡disfrútenla!





## Entrevista a: Arquitecto José Orrego Herrera

Director Gerente de Consultora Metrópolis

# IMPORTANCIA DE LOS CONCEPTOS

## DISEÑO DE RESTAURANTES:

### La importancia de los conceptos

El diseño de un restaurante, así como la distribución de las áreas, los materiales a utilizar, entre muchos otros factores, son parte fundamental al planificar un negocio de alimentos y bebidas. En esta oportunidad, el famoso arquitecto José Orrego Herrera, quien ha estado a cargo de propuestas sumamente interesantes como la del restaurante Panchita, Friday's, Bombos, Don Belisario, Popeye's, entre otros, responde a una serie de preguntas en relación a este tema fundamental para quienes forman parte de la industria gastronómica.

#### 1. SABEMOS QUE EL DISEÑAR UN RESTAURANTE REQUIERE DE TIEMPO, Y SOBRE TODO DE MUCHA CREATIVIDAD. ¿QUÉ FACTORES SE DEBE TOMAR EN CUENTA PARA DESARROLLAR UNA PROPUESTA DE DISEÑO?

La propuesta en el diseño de restaurantes es una especialidad que no se sabe valorar; es un reto bastante complejo ya que debe considerarse diversos elementos para ser exitoso. El restaurante en general tiene dos partes importantes, una operativa y la otra de atención. Uno de los errores fundamentales que está ocurriendo actualmente es que el diseño es desarrollado por decoradores, mientras que toda propuesta debe tener un equipo que vea todos los aspectos de manera integral. El tema en cuanto a conceptos de desarrollo de restaurantes es que, en primer lugar, se debe tener claro cuál es el concepto que se va a desarrollar, no solo se trata de tener un buen chef o un buen menú. Así también, tener clara la parte operativa, ya que la cocina tiene que funcionar como un reloj. No se trata de comodidad, pues terminan siendo operaciones muy costosas o con excesos de equipamiento. Para que una experiencia resulte memorable, se tienen que usar los cinco sentidos. Por ejemplo, complementar lo visual de manera atractiva; en cuanto al tacto, poner atención a los materiales, texturas, etc.; en cuanto al olfato, crear una atmósfera, un olor coherente (por ejemplo, una va a Starbucks y tiene que oler a café);

en el oído, se tiene que enfocar en la acústica, el tipo de música, el volumen, etc.; y finalmente prestar mucha atención al gusto, que es el que redondea toda la experiencia. Muy pocas personas manejan estos temas, y cuando se crea un restaurante se busca un chef y un diseñador, y quizás esto es lo que muchas veces hace que no perduren en el tiempo, porque no se enfoca en temas como el del concepto.

#### 2. DE TODAS LAS PROPUESTAS QUE USTED HA REALIZADO, ¿CUÁL O CUÁLES CREE USTED QUE SIGNIFICARON UN MAYOR RETO?

Tengo más de 25 años haciendo proyectos, y creo que siempre la última propuesta es la que implica un mayor reto, pues cada vez tenemos una mayor conciencia de que hay mayores aspectos que considerar. Debemos ser más selectivos, porque si vemos que el cliente no entiende las condiciones que pueden llevar a hacer una buena propuesta, no podemos continuar con la idea. Si el cliente no cumple



con los requisitos mínimos, no va a aprovechar lo que nosotros como empresa podemos ofrecerles. Es mejor no meterse a hacer proyectos a medias, ya que hay mucha competencia y existen vallas muy altas.





### 3. EN LA ACTUALIDAD VEMOS QUE CADA VEZ SON MÁS LOS RESTAURANTES QUE OFRECEN IDEAS MUY INNOVADORAS Y CREATIVAS. ¿CUÁLES CONSIDERA QUE SON LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS EN CUANTO A DISEÑO EN RESTAURANTES?

En los últimos años se ha tendido a buscar a diseñadores y decoradores, y también a realizar conceptos muy sofisticados o muy vanguardistas, y eso tiene un gran problema porque no necesariamente va de la mano con el concepto. Por ejemplo, si hacemos una pizzería para vender chifa, sabremos que hay algo que

no funciona. Asimismo, los restaurantes de “tendencia” le dan un mensaje al cliente de que tendremos una vida corta, ya que como es algo solo de moda, no duraremos más que un corto tiempo. Al cliente se le tiene que dar exactamente la idea opuesta, que tenemos un concepto atemporal.

### 4. ¿CÓMO INFLUYEN LOS MATERIALES EN EL RESULTADO DEL DISEÑO? ¿HAY ALGUNO QUE USTED RECOMIENDE UTILIZAR Y/O EVITAR?

Hay una gran gama de posibilidades. Los materiales deben ir alineados al concepto, de acuerdo al tipo de operación. Si hablamos de un restaurante de alta categoría, utilizaremos mármoles, granito, brillantes o acero; si hablamos de un fast food, tendrá que ver con gigantografías, imágenes que puedan ser renovadas, sin tener que cambiar todo el concepto. El restaurante es un concepto vivo y tiene períodos que uno tiene que reconocer. El problema es que normalmente el operador del restaurante no se da cuenta que el concepto se está agotando y cuando lo nota ya es muy tarde.

### 5. ¿Y CÓMO INFLUYE LA ILUMINACIÓN EN LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES?

El tema de la iluminación es fundamental. Cuando realizamos proyectos necesariamente tiene que ir un proyecto de iluminación, fuera de la iluminación técnica que debe tener el área de trabajo, la zona de mesas debe crear escenas en diferentes momentos del día. No tendremos la misma iluminación en el almuerzo que en la cena, o en un fin de semana. Hace mucho tiempo se hacía todo en base a iluminación con “dimmers”; en cambio hoy existe la tecnología suficiente para manejar escenas sin problemas de acuerdo a cada tipo de restaurante. Por ejemplo, un fast food tiene una iluminación más alta mientras que un restaurante de alta categoría tendrá una más baja.

### 6. ¿QUÉ DEBEMOS TOMAR EN CUENTA EN RELACIÓN AL MOBILIARIO? ¿DEBEMOS PENSAR EN LA COMODIDAD DEL CLIENTE, LA PRACTICIDAD O EL AHORRO DE ESPACIO?

Lo más importante después de la parte operativa es la distribución de las mesas, y que no haya “lugares malos”; que un cliente pueda sentarse en cualquier sitio y no se sienta castigado, en desventaja. Uno tiene que compensar, buscar la equidad, que todas las mesas y sillas tengan un “premio”, y que además sea diverso, porque si yo pretendo que un cliente venga regularmente, la idea es que tenga la misma experiencia agradable sin importar dónde se siente. Se trata de un tema cultural, ya que según formatos americanos se fijan una serie de parámetros en cuanto a la distancia entre sillas (por supuesto por comodidad), pero esa práctica no funciona en nuestro país, porque para nosotros “latinos” ese distanciamiento hace que el lugar se vea completamente desabrido. Uno de los trucos que uno tiene que hacer al desarrollar la distribución de las mesas es que con poca gente se



vea lleno, que la gente escoja los sitios en la parte de adelante para que de esta forma se vea más lleno.

## **7. ¿ES CIERTO QUE LOS COLORES DEL RESTAURANTE TIENEN UN ALTO NIVEL DE INFLUENCIA EN LA EXPERIENCIA DE UN COMENSAL?**

El color es parte de los componentes en el diseño de un restaurante, al igual que las texturas y materiales. Sí es verdad que hay algunos colores que influyen, tales como el rojo, que psicológicamente invita más a comer; pero yo creo que esas premisas terminan siendo secundarias. Podemos tener también otro tipo de soluciones, en un local pequeño puedo incluir espejos para crear una sensación de mayor espacio; o crear una experiencia juvenil incluyendo gigantografías.

## **8. HOY EN DÍA EXISTE UNA FUERTE CONCIENTIZACIÓN EN CUANTO A APROVECHAR LOS RECURSOS Y SER AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE. ¿QUÉ PROPUESTA PODRÍA OFRECER PARA EL CASO DE ESTOS RESTAURANTES?**

La idea es enfocarnos en propuestas sostenibles, desde el manejo de los insumos hasta el uso de materiales. Hay una tendencia muy fuerte, una preocupación de la cual los restaurantes no pueden estar desligados. Aquí en nuestro país soy fundador del Green Building Council Perú, que está asociado al US Green Building Council, una entidad que emite las certificaciones para que los edificios sean considerados como “verdes”. Un edificio “leed” es el que está certificado como un restaurante eco-amigable, cumpliendo con una serie de consideraciones, como tener materiales con un baja cantidad de carbono; que el manejo de energía eléctrica sea minimizado; en el caso de la cocina, que los gases que emita no dañen la capa de ozono; cuidados con el manejo del agua; entre otros. Estos edificios “verdes” pueden incluir desde colegios, oficinas, industrias y por supuesto, también restaurantes. En el Perú aún no tenemos ningún restaurante certificado como “leed”; en lo que nos enfocamos es en la sostenibilidad de los insumos, pero inevitablemente esta tendencia tendrá que llegar a darse.

## **9. ¿QUÉ CONSEJOS PODRÍA DAR A TODOS AQUELLOS QUE QUIERAN INICIAR UN NEGOCIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS?**

Este es un negocio ultra competitivo. Yo diría que en este momento todas las categorías están cubiertas y están sobre ofertadas, por eso el índice de mortalidad de restaurantes es tan alto. Hoy en día, para decidirse a hacer un restaurante, hay que tener muy claro un concepto que pueda atender a un nicho específico de mercado. No se me ocurriría hacer actualmente una cadena de hamburguesas; podría hacerlo, pero voy a encontrar competencia por todas partes. Se pueden buscar opciones en cocina de autor, y por otro lado creo que hay otro gran espacio en lo que es la cocina

peruana sin transformar. Hoy en día todos los chefs se han vuelto muy creativos y reinventan toda la comida peruana, llegando a extremos. Se está perdiendo la posibilidad de defender lo que son nuestras recetas tradicionales, y creo que es ahí donde hay un gran espacio para crear nuevas oportunidades. Otra oportunidad es lo referente a los patios de comida, que están inundados de conceptos americanos; reinventando el patio de comida entorno a conceptos peruanos. Me parece que aún hay mucho por trabajar, buscar el reconocimiento a nivel mundial, las certificaciones internacionales. Estamos en camino



pero no podemos confiarnos, aún queda mucho por hacer, hay que reconocer con humildad lo bien que estamos avanzando, pero aún quedan muchas más barreras por vencer.

Muchas gracias.





**Por: Mg. Alejandra Longa López**

Bióloga, especialista en alimentos y seguridad alimentaria

Docente de la carrera de Gastronomía y Gestión de Restaurantes

# GASTRONOMÍA MOLECULAR:

*Nombre científico para los experimentos de un laboratorio llamado cocina.*



No hay duda de que la gastronomía molecular ha acercado la ciencia a la cocina. En ella se aplican las propiedades científicas de los insumos a la práctica culinaria en un continuo crecimiento del arte gastronómico; una explicación de las maravillas que ocurren entre el fuego, el aire, el agua y el alimento.

El término fue propuesto por el científico francés Hervé This y el físico húngaro Nicholas Kurti, ambos investigadores buscaron la explicación científica a los alimentos.

La gastronomía molecular explica el porqué de la espuma de la clara de huevo, la homogeneidad de la mayonesa o la brillantez de los panes cuando tienen un baño de yema, y esto solo en el caso del huevo. El proceso que se aplique sobre cada alimento, en diferentes condiciones físicas como la temperatura, es capaz de manifestar sus propiedades bajo la forma de espumas, emulsiones, geles, que le dan la característica a la cocina gourmet y de vanguardia.

La búsqueda de una sensación de sabor bajo una apariencia diferente permite que hoy en día se de-construya la receta, ya

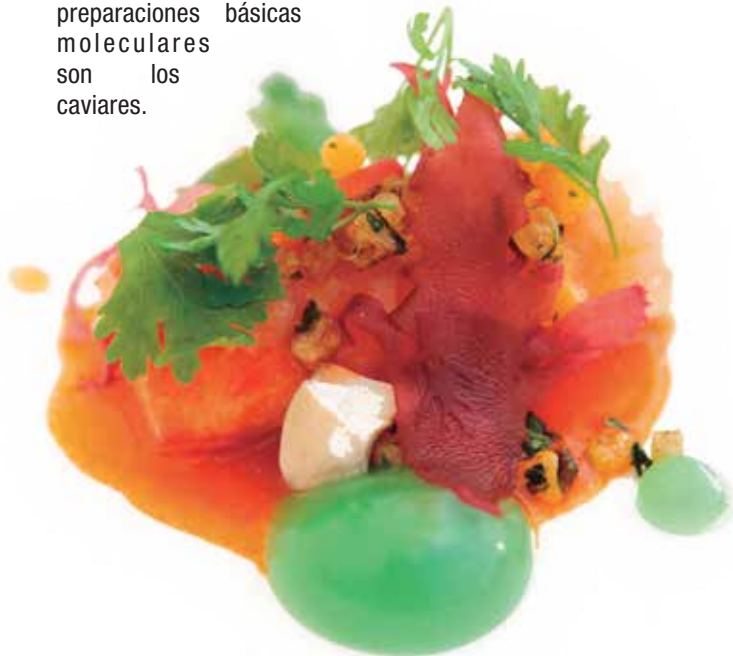
que se desmonta el concepto original y se reconstruye a través del análisis de los insumos con una visión de construcción intelectual. La propuesta del Chef Ferrán Adrià es emplear la técnica de una receta conocida de una forma totalmente distinta en cuanto a su formato, pero logrando el mismo sabor original.

El mayor impacto sobre la gastronomía es adicionar a insumos tradicionales, ingredientes refinados, el nombre de elementos químicos. Insumos que pueden parecer propios de un laboratorio, pero que no son otra cosa que aditivos que actúan como acidulantes, emulsionantes, espesantes o simples gelificantes como la gelatina.

## ***Un protagonista: el espesante.***

En esta oportunidad, nos ocuparemos de uno de los insumos indispensables en esta especialidad gastronómica: el alginato de sodio. Este es uno de los espesantes más

utilizados, formado a partir de algas pardas marinas encontradas en el mundo entero (se identifica con el código E401). Una característica importante es su capacidad para producir geles irreversibles en agua fría, en la presencia de iones de calcio. Esta propiedad la diferencia de los alginatos de las gomas derivadas de las algas rojas. Una de las preparaciones básicas moleculares son los caviars.



**Esferificaciones, sabores y colores diferentes gracias al alginato sódico y lactato de calcio.**

La técnica consiste en aplicar el alginato sódico al agua, provocando una gelificación parcial del líquido y adoptando la sustancia diversas formas, desde pequeñas esferas, hasta láminas o cintas a manera de espaguetis.

Comparto en esta oportunidad unas esferas de yogur. ¡Atrévase a prepararlas!



### INGREDIENTES:

- 50 gr. de yogur
- 5 gr. almíbar base/glucosa
- 5 gr. de alginato de sodio
- 1 lt. agua
- Baño de agua limpia
- 1 cucharada de medida de licor de chocolate
- 1 cucharada de medida de licor de Curacao azul
- 1 cucharada de zumo de limón, fresas, mango, etc.

### PREPARACIÓN:

Mezcle el yogur, el almíbar base y uno de los licores. Por separado, con un mixer, mezcle el agua y el alginato para lograr el baño de enjuague y deje que repose.

Con la ayuda de una cuchara grande (sin borde filoso), tome el yogur y dispóngalo dentro del baño de alginato (déjelo por lo menos cuatro minutos). Luego, con la ayuda de una cuchara, sáquelo del baño. Agítelo suave y brevemente y sumérjalo en el agua limpia para enjuagar los excesos de alginato.

Decórelo o póngalo sobre un recipiente llamativo.

Repita el procedimiento con los otros licores o zumos, y ¡disfrute!



**Por: María Ysabel Galarza Basurto**

*Alumna del 5to ciclo de la carrera de Gastronomía y Gestión de Restaurantes*

# LA IMPORTANCIA DE LOS PRODUCTORES *como primer eslabón en la cadena de distribución*

Todos somos testigos que la gastronomía ha logrado crecer a pasos agigantados en los últimos años. Los peruanos nos hemos vuelto más creativos al promocionar nuestra cultura, nuestras costumbres y, sobre todo, nuestra cocina. Hemos visto cómo han surgido nuevas tendencias y nuevas técnicas culinarias que han permitido la innovación de recetas y creación de diversas combinaciones. Sin embargo, no muchos tenemos en cuenta la importancia de los productores en este crecimiento, y muy pocos saben que son justamente ellos quienes adoptan un rol protagónico en este enorme avance.

Perú es un país principalmente agropecuario, es decir, un país de productores, y esto se debe a que venimos acumulando años de historia y cultura que han permitido trasladar conocimientos y

diversas técnicas de cultivo de generación en generación. No podemos negar que la calidad y seguridad de la mayoría de productos que consumimos a diario en nuestros hogares y restaurantes están en manos de este grupo de personas que día a día se enfrentan a diferentes tipos de adversidades.

Lamentablemente, aquel avance gastronómico del cual nos sentimos orgullosos y con el cual nos sentimos identificados, no se ve reflejado en el campo de la agricultura. Si bien es cierto, algunos avances han permitido que la producción se mantenga al mismo ritmo que nuestra gastronomía, y a su vez se ha observado un ligero crecimiento en ciertas exportaciones, hoy en día nuestros productores continúan en la precariedad. El 42% de tierra cultivable en nuestro territorio no se





trabaja, solamente el 1% de nuestros productores hace uso de energía eléctrica, el 77.3% no emplea máquinas y el 38% no utiliza abonos o fertilizantes. Estos son solamente algunos de los datos publicados por el INEI y el Ministerio de Agricultura y Riego.

Definitivamente, nos encontramos frente a una situación bastante desalentadora. Es por este motivo que debemos concientizarnos y no dejar que los productores sean quienes tengan la mayor parte del trabajo y disfruten del pedazo más pequeño de la torta. Se le debe otorgar a este grupo de personas facilidades para mejorar sus procesos de producción y a su vez expandirlos; de este modo se podrá explotar al máximo aquellas riquezas con las que contamos. Para ello se están llevando a cabo diversos proyectos que involucran tanto inversión como capacitación que finalmente permitirán un desarrollo sostenible en dicho campo.

No debemos olvidar que al mismo tiempo se deben fortalecer las relaciones entre consumidor y productor. El surgimiento de varias ferias gastronómicas y mercados ha permitido que se abra un canal de distribución alternativo en donde el productor pueda entrar en contacto directamente con el consumidor final, facilitando así el ingreso de productos altamente nutritivos que la mayoría del público no conoce.

Finalmente se debe dejar en claro que a pesar de todo, los productores son el primer y más importante paso en la cadena de distribución, ya que sin ellos no sería posible el progreso y desarrollo económico por el que actualmente atravesamos. Son ellos los verdaderos encargados de la excelencia de los insumos que se producen, de salvaguardar nuestra biodiversidad y han permitido que hoy en día podamos utilizar e incluir productos antes inimaginables en nuestra mundialmente reconocida cocina peruana.

**Fuente: El Comercio**

Link: <http://elcomercio.pe/gastronomia/1592242/noticia-cinco-restaurantes-peruanos-que-dan-hora-alrededor-mundo>

# CINCO RESTAURANTES PERUANOS

## que dan la hora alrededor del mundo

No solo nos representan en el extranjero. A punta de sabor y empeño se alzan entre las más celebradas propuestas de las ciudades en las que se enclavan.

Lima London fue elegido recientemente el mejor restaurante nuevo de la capital inglesa, mientras Picca, en Los Ángeles, se alza como uno de los 10 mejores de EE.UU y Taypá conquista Brasilia. (Twitter Lima London/ Twitter Picca/ Taypa.com.br)

Pueden estar a millares de kilómetros de nuestro país. Sin embargo, desde el extranjero logran difundir el sabor y la sazón de la comida

peruana. Además, gracias a su creatividad y/o enfoque en la calidad de sus insumos y preparaciones han conseguido destacar en los competitivos mercados en los que se enclavan. Aquí te presentamos algunos de los restaurantes de comida peruana que dan la hora en un puñado de cosmopolitas ciudades.

### LIMA LONDON (LONDRES)

Hace solo una semana el local del peruano Virgilio Martínez en Londres se alzó como el Mejor restaurante nuevo del año en los premios The Craft Guild of Chefs Awards 2013. Pero los galardones no terminan allí para este establecimiento en el que se reinventan



los sabores de nuestra patria. En octubre de 2012, y a solo unos meses de haber sido inaugurado, Lima London triunfó en los prestigiosos The National Restaurants Awards, donde venció en la categoría “El que hay que mirar” (One to watch, en inglés).

Sin embargo, Lima London no es el único que revoluciona la capital inglesa con nuestra sazón. Ceviche le sigue los pasos. En 2012 su dueño, Martín Morales, fue elegido por el diario “London Evening Standard” como uno de los personajes más influyentes de la ciudad en el rubro gastronómico. Asimismo, el restaurante Coya tampoco se queda atrás y fue nombrado uno de los “más hot” del mundo por la prestigiosa guía Zagat.

#### **TAYPÁ (BRASILIA)**

Comida peruana “con un toque innovador”, eso es lo que se sirve en Tappá, restaurante que a comienzos de este mes fue elegido el mejor de la capital brasileña por la reconocida revista “Veja Brasília Comer & Beber”. En 2010, el local comandado por el peruano Marco Espinoza ya se había impuesto como “Restaurante revelación” y “Mejor restaurante de comida contemporánea”. El establecimiento, que además se caracteriza por importar algunos insumos de nuestro país como la lúcuma, cuenta además con un pisco bar, en el que se ofertan cocteles tradicionales y también creativas variedades.

#### **CHICHA (HONG KONG)**

Un ambiente cargado de buena onda y comida fresca y poderosa. Esa es la propuesta de Chicha, un restaurante ubicado en uno de los mercados gastronómicos más competitivos del planeta: Hong Kong. Sin embargo, ha logrado conquistarlos. Por ello a finales de 2012, la

revista “Time Out Hong Kong” lo eligió como el Mejor nuevo restaurante de la ciudad. ¿La clave de su éxito? Según la publicación, ésta radica en “la mezcla”, ya que Hong Kong es una ciudad que adora la comida china, japonesa, italiana y española.

#### **PICCA (LOS ÁNGELES)**

Mo-Chica lo puso en el mapa gastronómico estadounidense y Picca terminó de consagrar al chef peruano Ricardo Zárate en el país del tío Sam. Tras coronarse en 2011 como el mejor nuevo chef de la costa oeste de Estados Unidos, el peruano aterrizó en el siempre lujoso Beverly Hills con una propuesta innovadora: una “peruvian cantina”: Picca. En 2012 éste fue considerado uno de los 10 mejores restaurantes de EE.UU por la revista “GQ” y en ese mismo año la prestigiosa “Condé Nast” lo incluyó en su lista de los mejores nuevos locales gastronómicos del mundo. Como para sacarse el sombrero.

#### **TANTA (BARCELONA)**

El imperio creado por Gastón Acurio pisa fuerte con diferentes propuestas y sedes alrededor del mundo. Ya son 36 los restaurantes que tiene, ubicados en 11 países. Uno de los que resalta es el Tanta de Barcelona, el cual fue incluido en la reconocida guía gastronómica Zagat como uno de los más “hot” del mundo. Pero no es el único que se distingue. En Latinoamérica, Astrid & Gastón se ha convertido en un referente en lo que a distinción y comida “gourmet” se refiere y, en Nueva York, La Mar hace de las suyas.

***Y tú, ¿incluirías algún otro restaurante peruano ubicado en el extranjero en esta lista?***





Facultad de Administración Hotelera,  
Turismo y Gastronomía

**USIL** UNIVERSIDAD  
**SAN IGNACIO  
DE LOYOLA**