

UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERIA Y
GASTRONOMIA



TESIS

IMPORTANCIA DE LOS PLATOS TÍPICOS DE LA PROVINCIA DE
HUANCABAMBA Y SU INFLUENCIA EN LA COCINA REGIONAL PERIODO:
2013 – 2014

PRESENTADO POR LA BACHILLER

CAROLINA NOELIA CANO AQUINO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
TURISMO, HOTELERIA Y GASTRONOMIA

PIURA - PERÚ

2014

UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA



TESIS

**IMPORTANCIA DE LOS PLATOS TÍPICOS DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA Y SU INFLUENCIA EN LA COCINA REGIONAL PERIODO:
2013 – 2014**

MIEMBROS DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN (U.E):

DIRECTORA DE ESCUELA:	MG. MARIA DEL PILAR CASTRO ARELLANO
ASESOR METODOLÓGICO:	DR. JAMES ALEX HUAMAN CHORRES
PRESIDENTE DE U.E	MG. GUILLERMO ALEXANDER QUEZADA CASTRO
MIEMBRO DE U.E	MG. JUAN MAUEL OLIVA NUÑEZ
MIEMBRO U.E	CHEF. PABLO ENRRIQUE MORE ESPINOZA

PIURA - PERÚ

2015

UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA



TESIS

**IMPORTANCIA DE LOS PLATOS TÍPICOS DE LA PROVINCIA DE
HUANCABAMBA Y SU INFLUENCIA EN LA COCINA REGIONAL PERIODO:
2013 – 2014**

MIEMBROS DEL JURADO:

PRESIDENTE	
MIEMBRO:	
SECRETARIO	

PIURA - PERÚ

2015

TABLA DE CONTENIDO

CARÁTULA -----	I
TABLA DE CONTENIDOS -----	III
ANEXOS-----	IV
INDICE DE TABLAS -----	V
ÍNDICE DE GRÁFICOS -----	VII
ÍNDICE DE IMAGENES -----	IX
DEDICATORIA -----	XIV
AGRADECIMIENTO-----	XV
RESUMEN -----	XVI
ABSTRACT -----	XVIII
INTRODUCCIÓN -----	XX

ANEXOS

ANEXO N°01	MATRIZ DE CONSISTENCIA	287
ANEXO N°02	ENCUESTA A COMEDORES POPULARES	289
ANEXO N°03	ENCUESTA PARA POBLADORES	291
ANEXO N°04	ENCUESTA PARA DUEÑOS DE RESTAURANTES	293
ANEXO N°05	ENCUESTA PARA DOCENTES ADMINISTRATIVOS Y ALUMNOS	295
ANEXO N°06	TALLER A COMEDORES POPULARES	297
ANEXO N°07	PLAN DE CAPACITACIÓN	298
ANEXO N°08	DEGUSTACIÓN DE PLATOS	299
ANEXO N°09	CATALOGO ANR	300
ANEXO N°10	ARTICULO CIENTIFICO	317
ANEXO N°12	GASTOS DE LA INVESTIGACIÓN	384

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 01	SISTEMA VIABLE	29
TABLA N° 02	COSMOVISIÓN DEL POBLADOR	30
TABLA N° 03	FESTIVIDADES DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA	35
TABLA N° 04	ANÁLISIS DE ESCENAS	41
TABLA N° 05	MATRIZ DE OPERACIONALIDAD	45
TABLA N° 06	POBLACIÓN SEGÚN AGENTES DE INVESTIGACIÓN	52
TABLA N° 07	CATEGORIZACIÓN DE RESTAURANTES	71
TABLA N° 08	ZONAS CLASES DE GANADO	78
TABLA N° 09	CENTRO DE SALUD I-4 HUANCABAMBA	81
TABLA N° 10	RECURSOS TURÍSTICOS	90
TABLA N° 11	CAMPAÑA AGRÍCOLA 2012	101
TABLA N° 12	PRESTADORES DE SERVICIO DE RESTAURANTES	116
TABLA N° 13	PRESTADORES DE SERVICIO DE TRANSPORTE	119
TABLA N° 14	PLATOS TÍPICOS	174
TABLA N° 15	PRESUPUESTO ESTABLECIDO	174
TABLA N° 16	EDAD DE LAS ENCUESTADOS	186
TABLA N° 17	SEXO DE LOS ENCUESTADOS	188
TABLA N° 18	GRADO ACADÉMICO DE LOS COMEDORES POPULARES	189
TABLA N° 19	CAPACITACIONES O CHARLAS DE LOS COMEDORES POPULARES	190
TABLA N° 20	CONOCIMIENTOS DE PLATOS TÍPICOS	191
TABLA N° 21	PREPARACIÓN DE PLATOS TÍPICOS	193
TABLA N° 22	PREPARAR Y OFRECER PLATOS TÍPICOS	194
TABLA N° 23	CARACTERÍSTICAS DE PRECIO, CALIDAD Y VALOR NUTRICIONAL	194
TABLA N° 24	APOYAR EN LA DIFUSIÓN DE PLATOS DE TRADICION	197
TABLA N° 25	AYUDAR A IMPULSAR EL DESARROLLO GASTRONOMICO	198
TABLA N° 26	PREPARACIÓN, SABOR Y CALIDAD DE LOS PLATOS	199
TABLA N° 27	EDAD DE LOS ENCUESTADOS	201
TABLA N° 28	SEXO DE LOS ENCUESTADOS	203
TABLA N° 29	GRADO ACADÉMICO DE LOS ENCUESTADOS	204
TABLA N° 30	CONOCIMIENTO DE LA COMIDA TÍPICA	206
TABLA N° 31	VARIEDAD DE PLATOS TÍPICOS	207
TABLA N° 32	IDENTIDAD EN LA GASTRONOMÍA DE HUANCABAMBA	208

TABLA N° 33	INTERÉS DE LOS PLATOS DE TRADICIÓN EN LOS RESTAURANTES	210
TABLA N° 34	POBLACIÓN IDENTIFICADA CON SU GASTRONOMÍA	211
TABLA N° 35	INTERESDOS EN LA DIFUSIÓN Y CONCIENTIZACIÓN	212
TABLA N° 36	DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE LA COMIDA	214
TABLA N° 37	LOGRAR IDENTIDAD GASTRONOMICA EN LA COMUNIDAD	215
TABLA N° 38	EDAD DE LOS ENCUESTADOS	217
TABLA N° 39	SEXO DE LOS ENCUESTADOS	219
TABLA N° 40	GRADO ACADÉMICO DE LOS ENCUESTADOS	220
TABLA N° 41	CONOCIMIENTO DE LA GASTRONOMÍA	221
TABLA N° 42	CONOCIMIENTO DE LA VARIEDAD DE PLATOS	223
TABLA N° 43	PREPARACIÓN DE LOS PLATOS TÍPICOS	224
TABLA N° 44	PLATOS APTOS PARA SER PREPARADOS Y PRESENTADOS	225
TABLA N° 45	PREPARACIÓN DE LOS PLATOS TÍPICOS	227
TABLA N° 46	OFRECER PLATOS TÍPICOS Y LOGRAR MAS DESARROLLO	228
TABLA N° 47	APOYAR A LA PRÁCTICA Y DIFUSIÓN DE LOS PLATOS	229
TABLA N° 48	OFRECER LOS PLATOS COMO ALTERNATIVA DE MENÚ	231
TABLA N° 49	EDAD DE LOS ENCUESTADOS	233
TABLA N° 50	TALLER A COMEDORES POPULARES	249
TABLA N° 51	COSTOS DE CAPACITACIÓN	249
TABLA N° 52	GASTO PARA DEGUSTACIÓN	251
TABLA N° 53	COSTO BENEFICIO	252
TABLA N° 54	ESCENAS DEL SEGUNDO PICTOGRAMA I	254
TABLA N° 55	ESCENAS DEL SEGUNDO PICTOGRAMA II	255
TABLA N° 56	TABLA DE PLAN Y PRÁCTICA	261
TABLA N° 57	ACTIVIDADES Y PLAN DE ACCIÓN	265
TABLA N° 58	MATRIZ DE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	268
TABLA N° 59	MATRIZ DE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	299

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 01	EDAD DE LOS ENCUESTADOS	187
GRÁFICO N° 02	SEXO DE LOS ENCUESTADOS	188
GRÁFICO N° 03	GRADO ACADÉMICO DE LOS ENCUESTADOS	189
GRÁFICO N° 04	CHARLAS O CAPACITACIONES DE LOS ENCUESTADOS	191
GRÁFICO N° 05	CONOCIMIENTO DE LOS PLATOS TÍPICOS	192
GRÁFICO N° 06	PREPARACIÓN DE LOS PLATOS TÍPICOS	193
GRÁFICO N° 07	PREPARAR Y OFRECER PLATOS DE TRADICIÓN	195
GRÁFICO N° 08	CARACTERÍSTICAS DE PRECIO, CALIDAD Y VALOR NUTRICIONAL	196
GRÁFICO N° 09	APOYAR EN LA DIFUSIÓN DE PLATOS DE TRADICIÓN	197
GRÁFICO N° 10	AYUDAR A IMPULSAR EL DESARROLLO GASTRONÓMICO	198
GRÁFICO N° 11	PREPARACIÓN, SABOR Y CALIDAD DE LOS PLATOS	200
GRÁFICO N° 12	EDAD DE LOS ENCUESTADOS	202
GRÁFICO N° 13	SEXO DE LOS ENCUESTADOS	203
GRÁFICO N° 14	GRADO ACADÉMICO DE LOS ENCUESTADOS	205
GRÁFICO N° 15	CONOCIMIENTO DE LA COMIDA TÍPICA	206
GRÁFICO N° 16	VARIEDAD DE PLATOS TÍPICOS	207
GRÁFICO N° 17	IDENTIDAD EN LA GASTRONOMÍA DE HUANCABAMBA	209
GRÁFICO N° 18	INTERÉS DE LOS PLATOS DE TRADICIÓN EN LOS RESTAURANTES	210
GRÁFICO N° 19	POBLACIÓN IDENTIFICADA CON SU GASTRONOMÍA	211
GRÁFICO N° 20	INTERESADOS EN LA DIFUSÓN Y CONCIENTIZACIÓN	213
GRÁFICO N° 21	DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE LA COMIDA TRADICIONAL	214
GRÁFICO N° 22	LOGRAR IDENTIDAD GASTRONÓMICA EN LA COMUNIDAD	216
GRÁFICO N° 23	EDAD DE LOS ENCUESTADOS	218
GRÁFICO N° 24	SEXO DE LOS ENCUESTADOS	219
GRÁFICO N° 25	GRADO ACADÉMICO DE LOS ENCUESTADOS	220
GRÁFICO N° 26	CONOCIMIENTO DE LA GASTRONOMÍA	222
GRÁFICO N° 27	CONOCIMIENTO DE LA COMIDA TÍPICA	223
GRÁFICO N° 28	PREPARACIÓN DE LOS PLATOS TÍPICOS	224
GRÁFICO N° 29	PLATOS APTOS PARA SER PREPARADOS Y PRESENTADOS	226
GRÁFICO N° 30	OFRECER LOS PLATOS TÍPICOS	227
GRÁFICO N° 31	OFRECER PLATOS TÍPICOS Y LOGRAR MAS DESARROLLO	228

GRÁFICO N° 32	APOYAR A LA PRÁCTICA Y DIFUSIÓN DE LOS PLATOS	230
GRÁFICO N° 33	OFRECER LOS PLATOS COMO ALTERNATIVA DE MENÚ	231
GRÁFICO N° 34	SEXO DE LOS ENCUESTADOS	232
GRÁFICO N° 35	EDAD DE LOS ENCUESTADOS	234
GRÁFICO N° 36	CONOCIMIENTO DE LOS PLATOS TÍPICOS	235
GRÁFICO N° 37	HA PROBADO ALGUNA VEZ ESTE PLATO	236
GRÁFICO N° 38	EN DONDE LO HAS PROBADO	236
GRÁFICO N° 39	VOLVERÍAS A PROBAR ESTE PLATO	237
GRÁFICO N° 40	CON QUE FRECUENCIA LO CONSUMIRÍAS	238
GRÁFICO N° 41	RECOMENDARÍAS ESTE PLATO	239
GRÁFICO N° 42	PRESENTACIÓN DE LOS PLATOS	240
GRÁFICO N° 43	CALIDAD DE LOS PLATOS	240
GRÁFICO N° 44	SABOR DE LOS PLATOS	241
GRÁFICO N° 45	GUSTO DE LOS PLATOS	242

INDICE DE IMÁGENES

IMAGEN N° 01	TURISTA REGIONAL	25
IMAGEN N° 02	TURISTA PIURANO	25
IMAGEN N° 03	TURISTA NACIONAL	26
IMAGEN N° 04	TURISTA EXTRANJERO	27
IMAGEN N° 05	MAPA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA	34
IMAGEN N° 06	DIABLICOS DE HUANCABAMBA	39
IMAGEN N° 07	PRIMER PICTOGRAMA	41
IMAGEN N° 08	DIAGRAMA DE CONTEXTO	89
IMAGEN N° 09	LAGUNA DEL SHIMBE	104
IMAGEN N° 10	LAGUNA NEGRA	105
IMAGEN N° 11	CRIADERO DE TRUCHAS	106
IMAGEN N° 12	CASCADA CHORRO BLANCO	107
IMAGEN N° 13	CATARATA EL CITÁN	108
IMAGEN N° 14	VALLE DE LOS INFIERNILLOS	109
IMAGEN N° 15	PEROLES DE CASCAPAMPA	110
IMAGEN N° 16	TEMPLO DE LOS JAGUARES	111
IMAGEN N° 17	PREPARACIÓN DEL CUY CON PAPA	125
IMAGEN N° 18	HIERBAS DEL POLEO DEL PASMO	126
IMAGEN N° 19	AMASAR HARINA	126
IMAGEN N° 20	OLLA DE BARRO	127
IMAGEN N° 21	COCINAR A MANO	127
IMAGEN N° 22	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS DE CEVICHE DE CARNE	132
IMAGEN N° 23	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS DE PAPAS CON COLES	134
IMAGEN N° 24	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS DE SOPA DE TRIGO	137
IMAGEN N° 25	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS DE SANCOCHO	139
IMAGEN N° 26	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS DETORTILLAS CON QUESO	142
IMAGEN N° 27	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS DE SANGO CON QUESO	145

IMAGEN N° 28	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS DE TRUCHA FRITA	148
IMAGEN N° 29	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS DE FRITO	151
IMAGEN N° 30	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS DE CUY CON PAPA	154
IMAGEN N° 31	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS DE MOTE CON CARNE	157
IMAGEN N° 32	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS DE GALLINA CON TRIGO	160
IMAGEN N° 33	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS DE POSTRE TRIGO CON LECHE	163
IMAGEN N° 34	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTO DE POSTRE PLTANO CON LECHE	166
IMAGEN N° 35	FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTO DE POSTRE ZAMBUMBA CON LECHE	169
IMAGEN N° 36	HUANCABAMBA SITUACIÓN ESTRUCTURADA	252

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÒGICO	22
1.1 DESCRIPCIÒN DE LA REALIDAD PROBLEMÀTICA	23
1.2 DELIMITACIÒN DE LA INVESTIGACIÒN	33
1.2.1 DELIMITACIÒN ESPACIAL	32
1.2.2 DELIMITACIÒN SOCIAL	34
1.2.3 DELIMITACIÒN TEMPORAL	36
1.2.4 DELIMITACIÒN CONCEPTUAL	37
1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÒN	38
1.3.1 PROBLEMA PRINCIPAL	38
1.3.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS	38
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÒN	40
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	40
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	44
1.5 HIPOTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÒN	44
1.5.1 HIPOTESIS GENERAL	44
1.5.2 VARIABLES	45
1.6 METOLÒGIA DE LA INVESTIGACIÒN	45
1.6.1 TIPO DE INVESTIGACIÒN	45
1.6.2 NIVEL DE INVESTIGACIÒN	48
1.6.3 MÈTODO DE L INVESTIGACION	49
1.6.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÒN	50
1.7 POBLACIÒN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÒN	51
1.7.1 POBLACIÒN	51
1.7.2 MUESTRA	51
1.8 TÈCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÒN DE DATOS	52
1.8.1 TÈCNICAS	52
1.8.2 INSTRUMENTOS	53
1.9 JUSTIFICAC IÒN, IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÒN	54
1.9.1 JUSTIFICACIÒN	54
1.9.2 IMPORTANCIA	55
1.9.3 LIMITACIONES	56
CAPITULO II: MARCO TEÒRICO	57
2.1 DEL PROCESO DE LA INVESTIGACIÒN	58
2.1.1 ANTECENTES	58
2.1.2 MARCO DEL LUGAR DONDE SE APLICA LA TESIS	61
2.1.2.1 HISTORIA Y CULTURA DEL LUGAR	61
2.1.2.2 SISTESIS EVOLUTIVA	61
2.1.2.3 LEY DE CREACIÒN DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA	62
2.1.3 BASES TEÒRICAS DE LAS VARIABLES DE LA	

	INVESTIGACIÒN	62
2.1.3.1	COCINA PERUANA	62
2.1.2.2	PATRIMONIO CULTURAL	63
2.1.2.3	TIPOLOGÌA DE COMIDAS	64
2.1.2.4	IDENTIDAD CULINARIA	65
2.1.2.5	COCINA REGIONAL	66
2.1.2.6	IDENTIDAD GASTRONÒMICA	66
2.1.2.7	FERIAS GASTRONÒMICAS REGIONALES	67
2.1.2.8	PRODUCTOS NATIVOS	68
	ANTROPOLOGÌA DE LA	
2.1.2.9	ALIMENTACIÒN	68
2.1.4	MARCO LEGAL	70
2.1.5	DEFINICIÒN DE TERMINOS	72
2.2	DE LA PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÒN	74
2.2.1	FINES DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÒN	74
2.2.1.1	UNIDADES ESTRATÈGICAS DEL	
	SISTEMA TURÌSTICO RELACIÒN	74
	A ALOJAMIENTO	75
	B RESTAURANTES	75
	C SERVICIO DE TRANSPORTE	75
2.2.2	ANALISIS EXTERNO	76
2.2.2.1	ANALISIS DEL ENTORNO GENERAL	76
	A FACTORES ECONÒMICOS	76
	B FACTORES TECNOLÒGICOS	78
	C FACTORES POLÌTICOS	79
	D FACTORES SOCIALES	80
	2.2.2.2. ANALISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO	87
2.2.3	ANALISIS INTERNO	90
2.2.3.1	RECURSOS Y CAPACIDADES	90
	A EVALUACIÒN DE ATRACTIVOS	
	TURÌSTICOS	90
	B RECURSOS TURÌSTICOS DE	
	HUANCABAMBA	104
	C EVALUACIÒN DE LA PLANTA TURÌSTICA	112
	D INFRAESTRUCTURA TURÌSTICA	120
	E ANÀLISIS DE RECURSOS Y CAPACIDADES	120
2.2.4	ANALISIS ESTRATÈGICOS	122
2.2.4.1	ANALISIS FODA	122
CAPITULO III: PRESENTACIÒN, ANÀLISIS E INTERPRETACIÒN DE RESULTADOS		
3.1	ESTADIO I: SITUACIÒN NO ESTRUCTURADA	125
3.2	ESTADIO II: SITUACIÒN ESTRUCTURADA	128

A.	ANÀLISIS DE LOS INSUMOS MÀS EL RECETARIO	128
B.	PROPUESTA	170
C.	TALLERES A LOS COMEDORES POPULARES	177
3.3	ESTADIO III: MODELO VIABLE	242
A.	SAROCTMC	242
B.	PICTOGRAMA MEJORADO	252
C.	ANALISIS DE ESCENAS	253
D.	LIENZO DE NEGOCIOS	255
3.4	ESTADIO IV: MODELO CONCEPTUAL	
A.	PLAN DE CAPACITACIÒN A RESTAURANTES Y PONBLADORES	257
3.5	ESTADIO V: PLAN Y PRÀCTICA	260
3.6	ESTADIO VI VII: ACTIVIDADES Y PLAN DE ACCIÒN	263
CAPITULO IV:	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	266
	MATRIZ DE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	367
	BIBLIOGRAFIA	271
	ANEXOS	276

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la fuerza suficiente para seguir adelante día a día. A mis padres porque gracias a ellos he llegado a cumplir mis metas, por su apoyo, por la confianza que depositaron en mí, por ayudarme a salir adelante en los momentos más difíciles.

A mis hermanos porque me han brindado su apoyo incondicional y por estar conmigo en los buenos y malos momentos.

AGRADECIMIENTO

Debo agradecer de manera muy especial a mis profesores que me han brindado su apoyo y confianza, por asesorarme, brindándome sus ideas para la realización de esta tesis.

Al Doctor Alex Huamán por haberme ofrecido sus conocimientos sin dudar, por ayudarme día a día al responder y brindarme respuestas a cada interrogante que tenía, como también al Chef Pablo More por el apoyo incondicional.

RESUMEN

La presente investigación denominada: “**IMPORTANCIA DE LOS PLATOS TÍPICOS DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA Y SU INFLUENCIA EN LA COCINA REGIONAL PERIODO: 2013 - 2014**”. Está orientada a desarrollar la gastronomía en la provincia de Huancabamba como parte del desarrollo del turismo local y regional; mediante esta investigación se exploró e identificó los platos de tradición además las costumbres ancestrales del pueblo, teniendo como objetivo principal la importancia de la gastronomía, se logró trabajar en conjunto algunos de los entes gestores de desarrollo turístico como son: los pobladores, restaurantes y comedores populares con los que cuenta la provincia, con la finalidad de obtener un mejor resultado tanto eficaz como productivo. Realizando un mapa estratégico el cual ayudo a identificar las situaciones más relevantes y se pudo dar inicio con la ejecución de este proyecto.

Esta investigación se realizó en la provincia de Huancabamba, en la que participaron los comedores populares quienes fueron participes de un taller de capacitación con temas de importancia para la gastronomía de su localidad; también se trabajó con una muestra de 96 pobladores huancabambinos a quienes se les realizaron encuestas de participación y difusión para el desarrollo gastronómico, y a los dueños de los 16 restaurantes de la zona, realizándoles una encuesta midiendo su aceptación de práctica y preparación de platos tradicionales; la presentación de un recetario donde se muestra la variedad de platos tradicionales, brindando toda la información necesaria para la preparación de cada platillo; finalmente, con una degustación de una variedad de platos oriundos desarrollado en la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura, donde se presentaron una variedad de platos típicos al personal administrativo, docentes y alumnos.

A través de aprovechamiento efectivo de las estrategias planteadas se alcanzará los objetivos planteados en esta investigación.

Palabras Claves: Metodología de Sistemas Blandos, gastronomía regional, insumos.

ABSTRACT

The present investigation, named "IMPORTANCE OF THE TYPICAL PLATES OF HUANCABAMBA's PROVINCE AND HIS INFLUENCE IN THE REGIONAL KITCHEN. PERIOD: 2013 - 2014 ", the gastronomy is orientated to develop in Huancabamba's Province, by means of this investigation there were explored and identified the plates of tradition that can offer him the public and the tourists in Huancabamba, likewise one tries to work of the hand with the settlers and restaurants with which it counts the Province obtaining a better result. Realizing a strategic map which I help to identify the most relevant situations it was possible to meet beginning on the execution of investigation.

This investigation was realized in Huancabamba's Province, in which they informed the popular dining rooms of the Province who were participants of a workshop of training with topics of importance for the gastronomy of his locality; this way also one worked with a sample of 96 settlers to whom there were realized surveys of participation and diffusion for the gastronomic development, since also with the owners of the restaurants, they realizing a survey measuring his acceptance of practice and preparation of traditional plates; the presentation of a recetario where there appears the variety of traditional plates, Offering all the information necessary for the preparation of every saucer; and finally with a degustation of local dishes developed in the University Peruvian Wings - Subsidiary Piura, where they presented a variety of traditional plates to the administrative officers, teachers and pupils. Across effective utilization of the raised strategies, there will be reached the aims raised in this investigation.

Key words: Methodology of Soft Systems, regional gastronomy, inputs.

UN RÉSUMÉ

La recherche présente, dénommée "UNE IMPORTANCE des PLATEAUX TYPIQUES de LA PROVINCE de HUANCABAMBA ET de SON INFLUENCE SUR LA CUISINE RÉGIONALE. UNE PÉRIODE : 2013 - 2014", elle est orientée à développer la gastronomie dans la Province de Huancabamba, au moyen de cette recherche on a exploré et a identifié les plateaux de tradition qui peuvent se offrir le public et les touristes dans Huancabamba, de même il a été étudié de la main avec les habitants et les restaurants avec lesquels il raconte la Province en obtenant un meilleur résultat. En réalisant une cartographie stratégique qui a aidé à identifier les situations les plus éminentes on a pu donner un commencement à l'exécution de ce projet de recherche.

Cette recherche a été réalisée dans la Province de Huancabamba, dans laquelle ont été annoncés les salons à manger populaires de la Province qui ont été participants d'un atelier de formation avec des sujets d'importance pour la gastronomie de la localité; ainsi il a aussi été étudié avec un échantillon de 96 habitants à qui ont été réalisées des enquêtes de participation et de diffusion pour le développement gastronomique, comme aussi avec les maîtres des restaurants, en leur réalisant une enquête en mesurant son acceptation de pratique et préparation de plateaux traditionnels; la présentation d'un recetario où on se montre la variété de plateaux traditionnels, en offrant toute l'information nécessaire pour la préparation de chaque assiette: et finalement avec une dégustation de plateaux typiques développés dans l'Université Aile Péruvien - Filiale Piura, où on a présenté une variété de plateaux traditionnels à administratifs, enseignants et des élèves. À travers d'un profit effectif des stratégies projetées, on atteindra les objectifs projetés dans cette recherche. Des mots-clés: la Méthodologie de Systèmes Mous, de gastronomie régionale, de facteurs de production.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada: **“IMPORTANCIA DE LOS PLATOS TÍPICOS DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA Y SU INFLUENCIA EN LA COCINA REGIONAL DURANTE EL PERIODO 2013 – 2014”**, tiene como objetivo principal dar a conocer la importancia de la comida tradicional de la provincia de Huancabamba en el mercado regional, buscando el desarrollo de la gastronomía en la Provincia en beneficio al poblador y para el pueblo de Huancabamba como parte del desarrollo turístico; asimismo el trabajar con los comedores populares obteniendo un resultado un rubro diferente en la población, otro de los objetivos es la presentación de un recetario gastronómico, donde se presenta la definición del plato, preparación, insumos, precios y tiempo; representado en un flujograma y finalmente la degustación de platos típicos en la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura a los administrativos, docentes y alumnos.

En función a los objetivos, la presente investigación se ha estructurado de la siguiente manera:

En el Capítulo I: Planteamiento del Problema, se detalla la realidad problemática, planteando los problemas de la investigación; se establecen los objetivos con la presentación del primer pictograma, asimismo se establece el diseño de investigación, población, muestra con la que se va a trabajar, técnicas e instrumentos y finalmente se presenta la justificación e importancia del proyecto de investigación.

En el Capítulo II: Marco teórico, se presentan los antecedentes de la investigación tanto nacionales como extranjeros; el marco del lugar donde se aplica la tesis, se encuentran todas las bases teóricas de la investigación, presentado todo el análisis interno y externo del lugar; concluyendo con el marco legal y la definición de términos.

En el Capítulo III: Presentación, Análisis e interpretación de Resultados, así como el desarrollo de los 7 estadios de la investigación.

En el Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones, con los anexos y bibliografía.

CAPITULO I
PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

En la actualidad el rubro gastronómico se ha vuelto parte importante en el desarrollo turístico del departamento de Piura. Encontrando como complemento perfecto la gastronomía de esta región; pescados y mariscos, comida criolla son uno de las delicias que podemos encontrar en Piura. Sin embargo no toda la comida piurana está siendo considerada como opción a presentar a los turistas y visitantes.

Huancabamba es una de las ocho provincias del departamento de Piura y una de las tres ciudades de la serranía norteña; es conocida como la “cuna del curanderismo”; visitada a diario por turistas nacionales y extranjeros con el propósito de conocer sus famosas lagunas curativas “Las Huaringas”. En la actualidad cuenta con un desarrollo turístico en crecimiento; la gastronomía debería formar parte de este progreso para la localidad, fomentando el impulso turístico y gastronómico; siendo esto una desventaja grande, los platos oriundos de esta localidad no son vistos como una alternativa importante para el turismo. Las autoridades y pobladores se han enfocado en promocionar y dar a conocer más el curanderismo, y esto ha conllevado al desinterés y desconocimiento del poblador hacia el turista

Dado el rol protagónico de las autoridades locales, para el desarrollo local, su indiferencia ante el potencial de la gastronomía, está afectando en gran proporción el desarrollo turístico de la provincia.

La falta de inversión para realizar ferias, cursos o capacitaciones a restaurantes se está viendo afectado en gran proporción; las autoridades se enfocan en otro componente turístico “Misticismo”. Se ha visto reflejado que la gastronomía se esté viendo como una alternativa muy baja de desarrollo turístico para la provincia de Huancabamba.

La falta de conocimiento del poblador hoy en día se ha convertido en un problema para los visitantes; la poca información que recibe el turista que llega a Huancabamba, como el no encontrar un lugar de fácil acceso donde se le pueda responder cualquier duda e interrogante que el visitante tenga.

Dentro del análisis de la problemática se ha diseñado un sistema viable para encontrar a los principales grupos de interés como son los siguientes:

A) Cliente o Turista

“Se entiende como turista toda aquella persona que viaja por distintos motivos (placer, negocios, motivos religiosos, motivos familiares, etc.), y pasa una o varias noches fuera de lugar habitual de residencia”.(Aguilar, 2008)

.....

1. Turista Regional

Es el protagonista del desarrollo regional de nuestras comunidades y pueblos, quien en base a sus experiencias puede lograr elevar el bienestar de las personas que son agentes directos del turismo, además de contribuir al mejoramiento de la infraestructura y la protección ambiental logrando así el manejo sostenible de la actividad turística y el manejo equitativo de los bienes (Oliva, 2014)

Imagen N° 01: Turista Regional



FUENTE: Elaboración Propia

2. Turista Piurano

Es aquel que se muestra con actitud emotiva por querer participar en diversas actividades turísticas durante su desplazamiento a los lugares elegidos. Es partidario de un turismo no convencional, amante del sol, playas y de la gastronomía. Los familiares y amigos influyen positivamente en el interés de hacer un viaje al interior del país y al momento de elegir un destino a visitar. Dado que al elegir un destino no solo consideran que tenga paisajes naturales, sino más aún que viva en el lugar algún familiar y/o amigo. (Oliva, 2014).

Imagen N° 02: Turista Piurano



FUENTE: Elaboración Propia

3. Turista Nacional:

El turista nacional es aquella persona residente dentro de su mismo país, visitando todo los lugares de su preferencia ya sea buscando lo natural, cultural o de aventura (OMT, 2015).

Imagen N° 03: Turista Nacional



FUENTE: Elaboración Propia

1. Turista Extranjero:

Toda persona que viaja por un tiempo no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

Es aquel que visita un país diferente del que reside habitualmente, por más de veinticuatro horas (OMT, 2015)

Imagen N° 04: Turista Extranjero



FUENTE: Turistas disfrutando de la Catarata de Ahuashiyacoen Tarapoto- Perú

B) Agente

Para lograr el desarrollo de la investigación se ha tenido que pedir la colaboración de personas y entidades públicas que brindaron la información necesaria para poder realizarla siendo estos:

Los comedores populares de la localidad que con su participación en el taller están ayudando al desarrollo de esta investigación, el segundo agente hace referencia a la participación de los pobladores, que muy amablemente, se ofrecieron en apoyar a los dueños de los restaurantes de la provincia que en muchos casos son ellos los cocineros, y finalmente el personal administrativo, docentes y alumnos de la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura.

C) Transformación

Lo que se pretende lograr es que los platos típicos de la provincia de Huancabamba sean reconocidos regionalmente, y se les dé más importancia por su sabor, variedad y valor nutricional.

Los platos típicos con los que cuenta Huancabamba son variados, ricos en sabor y valor nutricional, sin duda, la gastronomía local es un constituyente importante para el impulso y avance turístico de la provincia.

D) Cosmovisión

Tabla N° 01: Sistema Viable

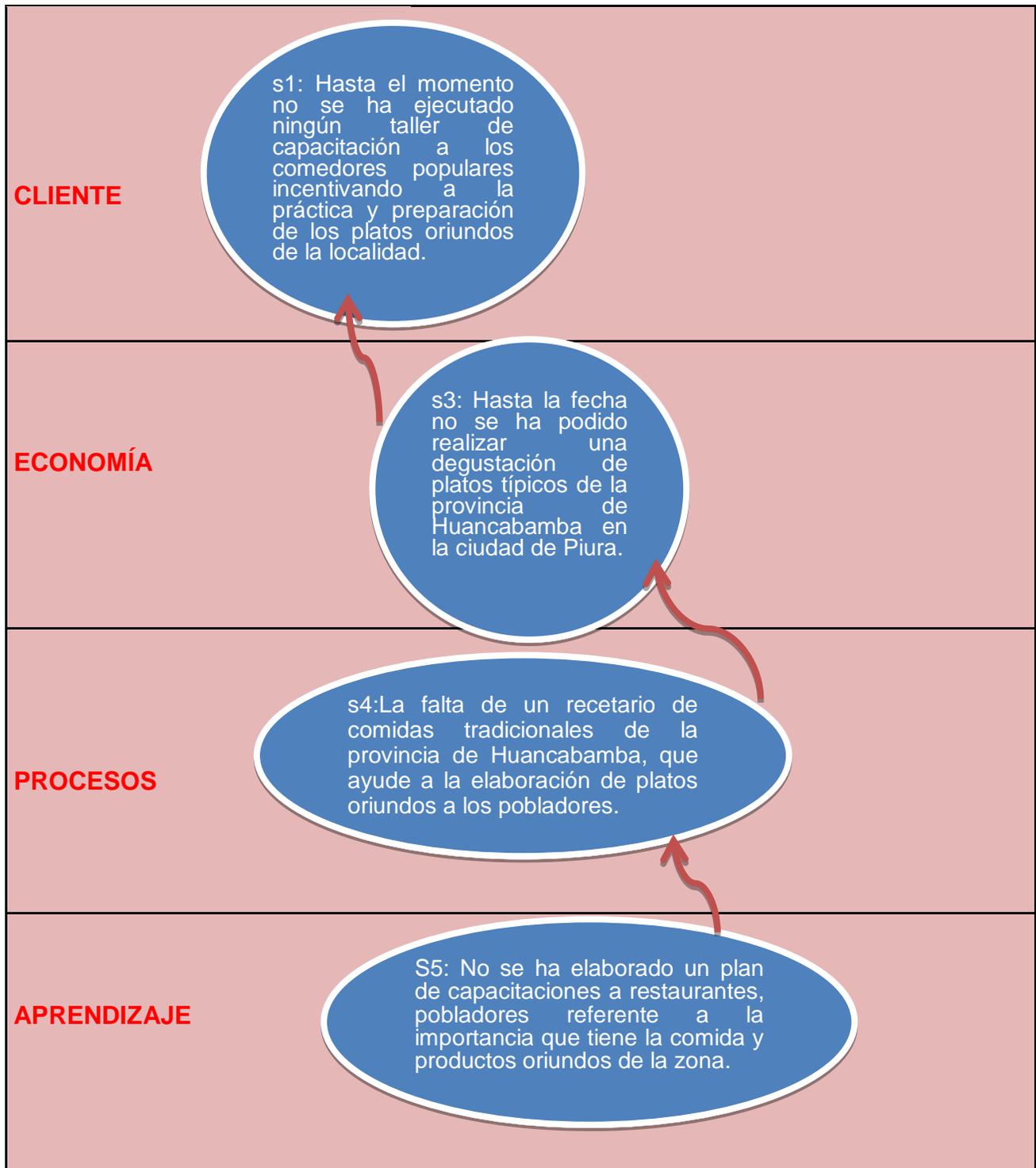


Tabla N° 02: Cosmovisión del poblador

Problema Percibido	Soluciones Percibidas
<p>S5: No se ha elaborado un plan de capacitación para restaurantes y pobladores de la provincia de Huancabamba, referente a la importancia que tiene la comida tradicional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lograr la elaboración de un plan de capacitación para pobladores y restaurantes referente a la importancia de la comida y productos oriundos.
<p>S4: La falta de un recetario de comidas tradicionales de la provincia de Huancabamba, que ayude a la elaboración de platos tradicionales a los pobladores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conseguir la realización de un recetario de comidas tradicionales de la provincia de Huancabamba, que ayude a la elaboración de platos tradicionales.
<p>S3: Hasta la fecha no se ha podido realizar una degustación de platos típicos de la provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conseguir la realización de una degustación de platos típicos de la Provincia de Huancabamba en el laboratorio de cocina de la Universidad Alas Peruanas
<p>S1: No se ha elaborado ningún taller de capacitación a los comedores locales incentivando a la práctica y preparación de platos oriundos de la provincia de Huancabamba.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Incentivar a los comedores populares de la provincia de Huancabamba a la práctica y preparación de los platos tradicionales de la localidad.

FUENTE: Elaboración Propia

- **Interpretación:**

Encontrando todas las situaciones percibidas de la investigación y tomando las más resaltantes e importantes con las que se deben trabajar para este estudio, se ha escogido por realizar el diseño de un mapa estratégico, Imagen N° 01

El resultado obtenido fue: S5, S4, S3, S1.

S5: No se ha elaborado un plan de capacitaciones a restaurantes y al poblador referente a la importancia que tiene la comida y productos oriundos de la zona.

S4: La falta de un recetario de comidas tradicionales de la provincia de Huancabamba que ayude a la elaboración de platos oriundos a los pobladores.

S3: Hasta la fecha no se ha podido realizar una degustación de platos típicos de la provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura.

S1: Hasta el momento no se ha ejecutado ningún taller de capacitación a los comedores populares incentivando a la práctica y preparación de los platos oriundos de la localidad

E) Dueño:

La entidad encargada de ejecutar el proyecto será la Municipalidad Provincial Huancabamba a quien se le presentará esta propuesta para poder lograr el reconocimiento de los platos típicos de Huancabamba.

F) Entorno:

La realización de esta investigación tiene por objetivo que los platos típicos de Huancabamba, se encuentren como alternativa en las cartas de menús, tanto en la provincia, en la región Piura, y que los platos tradicionales dejen de ser paulatinamente substituidos por otros.

- Según la investigación realizada se determinó que los catorce platos típicos más resaltantes de Huancabamba son:

PLATOS y POSTRES TÍPICOS

Ceviche de carne

Papas con coles

Sopa de trigo

Sancocho

Tortillas con Queso

Sango con Queso

Trucha frita

Frito

Cuy con Papa

Mote con Carne de Chanco

Gallina con Trigo

Postre de Trigo con leche

Postre de Plátano con leche

Postre de Zambumba con leche

1.2. DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACION

1.2.1. Delimitación Espacial:

Huancabamba conocida como la “ciudad que camina”, se encuentra ubicada en el extremo oriental del departamento y región Piura a 1929 m.s.n.m. llamada como la cuna del curanderismo¹. Huancabamba está ubicada entre los 5° 09´ 45” y 05° 33´ 54” de latitud sur y los 79° 24´ 21” y 79° 40´ 36” longitud oeste; comprende 418 caseríos donde se concentra el 89% de la población que es mayoritariamente rural y el 11% que corresponde a la población de las capitales distritales.

Límites:

NORTE: Ecuador

ESTE: región Cajamarca

SUR: región Lambayeque

OESTE: provincias de Morropón y Ayabaca

La provincia de Huancabamba es un paraíso natural, cultural y gastronómico.²

Bajo estas características geográficas el proyecto de tesis estará enfocado en analizar el reconocimiento de los platos típicos de la provincia de Huancabamba.

¹Considerada así, por la cantidad de lagunas con las que cuenta, según testimonios, posee propiedades que sanan y curan enfermedades o cualquier algún otro mal que se tenga.

²Información obtenida. Oficina de Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancabamba.

Imagen N° 05: Provincia de Huancabamba



FUENTE: Oficina de Turismo – Municipalidad Provincial de Huancabamba

1.2.2. Delimitación Social:

La provincia de Huancabamba visitada por turistas regionales, nacionales y extranjeros, cada año viene desarrollando la celebración de su fiesta patronal que muy religiosamente es seguida por muchos devotos. La celebración de la fiesta en honor a la Virgen del Carmen, patrona de la provincia, se desarrolla en el mes de julio con una serie de actividades; entre otras, la tradicional danza de “Los diablicos”, representando la lucha continua entre el bien y el mal.

El grupo de interés del trabajo de investigación está bajo dos enfoques que serán: los pobladores de la localidad, los comedores populares de la zona y los dueños de los restaurantes. Y el segundo grupo: trabajadores, docentes, administrativos y alumnos de la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura.

Tabla N°04: Festividades de la Provincia de Huancabamba

Fiesta	Fecha	Lugar
Aniversario de la "Provincia Huancabamba"	07 de enero de 14 de enero	Huancabamba
Semana santa	varias	Huancabamba
Fiesta Patronal "Virgen del Carmen"	07 de julio 21 de julio	Huancabamba
Fiesta Señor Cautivo	08 de octubre 13 de octubre	Huancabamba
Fiesta a la Virgen "María Inmaculada"	8 de Diciembre	Huancabamba
Navidad	24 y 25 de Diciembre	Huancabamba

FUENTE: Elaboración Propia

Imagen N° 6: Diablicos de Huancabamba



FUENTE: Oficina de Turismo – mph

1.2.3. Delimitación Temporal

El trabajo de investigación, empezó con una idea de protocolo de tesis, desarrollándose entre agosto del 2013 y culminó en agosto del 2014.

1.2.4. Delimitación Conceptual:

Esta investigación tomará como base tres descriptores que serán la guía en la elaboración de este trabajo:

A. Valor culinario

Se entiende por valor culinario al grado de utilidad o importancia que se le da a una cocina en donde se aplica un conjunto de técnicas, reglamentadas y complementadas por las leyes de la ciencia (física, nutrición, química) para el preparado de los alimentos (More, 2014).

B. Diversidad Culinaria

La diversidad culinaria nos puede permitir conocer las características de la vida social, económica y productiva de los grupos sociales o de las comunidades en las cuales se desarrolla; así como aquellos cambios que han ocurrido en su estilo de vida y cómo estos se reflejan en la alimentación y, en especial, en la desaparición o adaptación de nuevos productos alimenticios. Por otra parte, las cocinas tradicionales en la región constituyen parte del patrimonio intangible de las sociedades y las comunidades, que son a su vez un elemento de identidad y una pieza fundamental en la economía popular.

Comprende un conjunto de platos de una zona o región en base a la costumbre y técnicas o formas de preparación tomando en cuenta los insumos de la región determinados (More, 2014).

C. Platos Típicos:

De define a los platos típicos como el conjunto de platos que pertenecen a una zona o región y que tienen una forma particular de preparación por la sociedad de la zona. (More, 2014).

D. Cocina Regional:

Término empleado para describir las prácticas relacionadas con la alimentación, las cuales son culturalmente elaboradas y transmitidas. Estas prácticas incluyen la selección de un conjunto de alimentos básicos, el uso frecuente de un conjunto característico de aromas, un modo característico de preparar los alimentos y la adopción de una variedad de reglas relativas a los alimentos y las combinaciones aceptables, platos festivos, el contexto social de la comida y los usos simbólicos de los alimentos en una zona o región. (More, 2014).

1.3. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. Problema Principal:

En las visitas realizadas a la provincia de Huancabamba en agosto 2013, y luego de identificar las situaciones percibidas, plasmadas en un mapa estratégico; se concluyó y se llega al siguiente planteamiento como problema principal:

¿De qué manera la importancia de los platos típicos de la provincia de Huancabamba influirán en la cocina regional durante el periodo 2013 -2014?

1.3.2. Problemas Secundarios:

En esta etapa luego de haber construido el primer modelo mental para integrar las situaciones percibidas de los agentes de la investigación, se encontró que los problemas secundarios a solucionar en este trabajo de investigación son los siguientes:

A. ¿De qué manera la falta de un plan de capacitación a restaurantes y pobladores influirá en conocer la importancia de la comida y productos oriundos de la provincia de Huancabamba?

Las autoridades de Huancabamba se han direccionado más a realizar capacitaciones en desarrollo del turismo místico, ya que hasta el día de hoy es una fuente de ingreso económico para los pobladores de la zona urbana y más aún para la zona rural siendo los más beneficiados. El desconocimiento que tienen las autoridades sobre los platos tradicionales de nuestra provincia, ha

generado la poca importancia y el bajo desarrollo de la gastronomía en la localidad

B. ¿Por qué hasta el momento no se elaborado un recetario de comidas oriundas de la provincia de Huancabamba, que ayuden a la preparación de platos por parte de los pobladores?

La gastronomía hoy en día es una fuente de desarrollo para el turismo de cualquier lugar. Huancabamba radica el problema de la cultura gastronómica, siendo un eje fundamental para el impulso del turismo; la localidad carece de un recetario de platos oriundos, donde se puedan informar y orientar sobre la variedad de platos, preparación, insumos y costos de cada plato tradicional; la implementación de un recetario gastronómico beneficiaría a la localidad, logrando el interés y progreso de la población en el desarrollo turístico.

C. ¿Cómo poder realizar una degustación de platos típicos de la provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura?

La demostración y exposición de platos de tradición que se realice en evidencia del arte de la cocina de un determinado lugar es base importante para manifestar las costumbres de una zona ante el arte culinario. La realización de una degustación de platos de la provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura, enfocado directamente a la plana de alumnos, docentes y administrativos de la Universidad Alas Peruanas; se permitiría el dar a conocer a la población la gastronomía de la sierra huancabambina, exponiendo la calidad, sabor e insumos que se puede encontrar en esta zona, brindando y exponiendo la información que se requiere de cada uno

de estos platillos, logrando como beneficio el conocimiento e identidad de los diferentes participantes.

D. ¿De qué manera la elaboración de un taller de capacitación a los comedores populares influirá en la práctica y preparación de los platos oriundos de la provincia de Huancabamba?

Los comedores populares son organizaciones de ayuda a los más necesitados, brindando apoyo en servicio de alimentación para todas aquellas personas con recursos económicos bajos; trabajar en conjunto con las madres y padres de familia de los comedores populares realizando talleres de capacitación donde sean partícipes de la importancia que tiene la comida típica de Huancabamba, de lo beneficioso que puede llegar a tener la práctica y preparación de cada uno de estos platos de tradición, contribuyendo al proceso de identificación culinaria que debe tener cada uno de los pobladores, llegando desde lo más relegado para algunos, pero más que primordial para muchos, y base elemental para el desarrollo de esta investigación.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la importancia de los platos típicos en el desarrollo de la gastronomía de la provincia de Huancabamba, a partir de la influencia que tenga en la cocina regional.

Imagen N° 7: Primer Pictograma

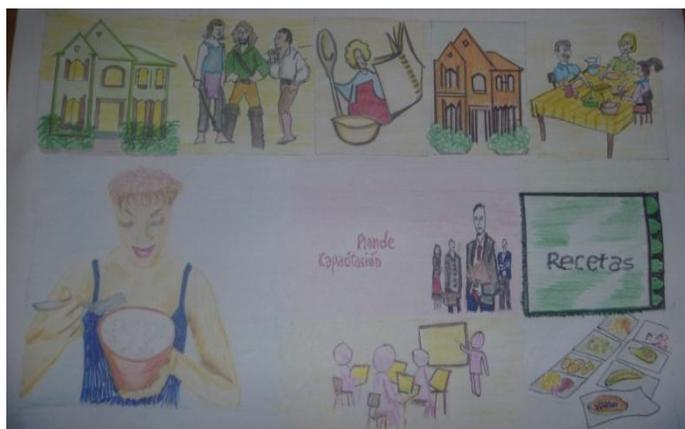


Tabla N° 5: Análisis de escena

Los agentes (comedores locales, pobladores, restaurantes) son los que contribuirán con el desarrollo de la investigación, teniendo un papel muy importante que desempeñar para la mejora y desarrollo de Huancabamba.



El lograr que las recetas de los platos típicos sean utilizadas en los restaurantes de Huancabamba como en los de la región Piura, beneficiará en mayor porcentaje a los pobladores y a la localidad.



Para la ejecución de este proyecto

se tiene que tener una entidad encargada de financiar la investigación; en esta ocasión el apoyo se recibirá de la Municipalidad Provincial de Huancabamba, quien será la facultada para la intervención ya cumplimiento de este trabajo, logrando así el respaldo y apoyo positivo al turismo gastronómico.



FUENTE: Elaboración Propia

Ofrecer los platos típicos a los restaurantes y pobladores de la provincia de Huancabamba, logrando la aceptación e identificación de la población; y alcanzando conseguir ingresar en el mercado de la gastronomía regional



Un problema muy importante que pasa la población huancabambina es la poca identificación que se tiene con la gastronomía de en esta localidad; lo cual lleva al poblador a optar por los platos habituales que se preparan cada día.



La falta de un plan de capacitación, que, se pueda presentar a la Municipalidad Provincial de Huancabamba, que ayude a los pobladores y restaurantes en obtener la información necesaria en la elaboración de los platos oriundo con los que pueden identificar, trabajar y obtener beneficios.



FUENTE: Elaboración Propia

Después de haber elaborado el pictograma, se llega a establecer los siguientes objetivos específicos.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- A.** Idear un plan de capacitación para restaurantes y pobladores de la provincia de Huancabamba, dando a conocer la importancia que tiene la comida originaria.
- B.** Elaborar un recetario de comidas tradicionales de la provincia de Huancabamba, que ayude en la preparación de platos tradicionales a los pobladores.
- C.** Ejecutar una degustación de platos típicos de la provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura
- D.** Desarrollar un taller de capacitación a los comedores locales incentivando a la práctica y preparación de platos oriundos de la provincia de Huancabamba.

1.5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. HIPÓTESIS GENERAL

Actualmente la gastronomía en la provincia de Huancabamba, está influyendo en el desarrollo del sector turismo; trayendo como resultado el reconocimiento de los platos típicos a nivel provincial y regional. Este trabajo de investigación es de tipo exploratorio; por lo tanto Sampieri et.al (2008) recomienda no realizar hipótesis para esta investigación.

1.5.2. VARIABLES

A. VARIABLE DEPENDIENTE : COCINA REGIONAL

B. VARIABLE INDEPENDIENTE: IMPORTANCIA DE LOS PLATOS TÍPICOS

TABLA N° 06: Matriz de Operacionalidad

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	VALOR TEÓRICO
Importancia de los platos típicos	Recetario de comidas tradicionales	-Preparación -Ingredientes -Insumos -Precio	Si/No
	Preparación de los platos oriundos	-Variedad	Si/No
Cocina regional	Degustación de platos típicos	- Presentación	Muy
		- Calidad	Bueno/Bueno/Regular/
		- Sabor	Malo
		- Gusto	

FUENTE: Elaboración Propia

1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

El estudio de investigación se realizó con los siguientes tipos:

A. Investigación Exploratoria:

Según Sampieri y otros (2008), dicen que los estudios exploratorios se efectúan normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio.

Los estudios exploratorios son como cuando viajamos a un lugar que no conocemos, del cual no hemos visto ningún documental, ni leído algún libro (a pesar de que hemos buscado información al respecto), sino simplemente alguien nos ha hecho un breve comentario sobre el lugar. Al llegar no sabemos qué atracciones visitar, a qué museos ir, en qué lugares se come sabroso, cómo es la gente; desconocemos mucho del sitio. Lo primero que hacemos es explorar: preguntar sobre qué hacer y a dónde ir al taxista o al chofer del autobús que nos llevará al hotel donde nos instalaremos, en la recepción, al camarero del bar del hotel y en fin a cuanta persona veamos amigable (Sampieri et al, 2008).

B. Investigación Descriptiva:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Sampieri et al, 2008). Miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así y valga la redundancia describir lo que se investiga.

El trabajo de investigación es de tipo descriptiva, ya que en este proyecto lo que se realizó es redactar y describir sobre cada uno de los platos típicos con los que cuenta la provincia de Huancabamba, como también describir particularidades de la zona, atractivos turísticos, los factores económicos, tecnológicos, políticos, sociales, todo ellos se logró con una recopilación de datos que permitieron poder realizar un análisis completo del panorama, pudiendo así realizar el desarrollo del presente trabajo de investigación, como también enriquecer y mejorar los conceptos (valor culinario y cocina regional) ya establecidos mediante la investigación de la tesis.

C. Investigación Explicativa:

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este, o por qué dos o más variables están relacionadas.³

Es la que constituye el conjunto organizado de principios, inferencias, creencias, descubrimientos y afirmaciones, por medio del cual se interpreta una realidad.

Una teoría o explicación, contiene un conjunto de definiciones y de suposiciones relacionados entre sí de manera organizada sistemática; estos supuestos deben ser coherentes a los hechos relacionados con el tema de estudio.

³Ibidem, Pág. 74

Se empezará a dar a conocer la explicación del porqué de los fenómenos o hechos; llegando al conocimiento de las causas; estableciendo relaciones causa-efecto en la investigación (Hurtado, 2000)

D. Investigación Aplicada:

Tipo de investigación cuyo propósito es dar solución a situaciones o problemas concretos e identificables (Bunge, 1971). La investigación aplicada parte (por lo general, aunque no siempre) del conocimiento generado por la investigación básica, tanto para identificar problemas sobre los que se debe intervenir como para definir las estrategias de solución.

1.6.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación a realizar será **Original-Específico**, porque es nuevo y único. En la realización de esta tesis hasta el momento no se ha encontrado una investigación o proyecto referente a este tema, queriendo decir que será algo nuevo para el rubro gastronómico.

Original: Se utilizó un pictograma mostrando los problemas, objetivos y lo que se quiere lograr, se mostró también un mapa estratégico con todas las situaciones encontradas en las visitas realizadas al lugar a investigar. Con esta investigación se podrá lograr una ventaja competitiva tanto como el reconocimiento de los platos típicos como también ampliar el conocimiento del poblador referente a la cultura gastronómica con la que cuenta la provincia de Huancabamba.

Específico: La ventaja comparativa que son las variable X (Importancia de los platos típicos) para poder lograr el reconocimiento de los platos típicos de la provincia, proponiendo estrategias con el objetivo de incentivar a la población a la preparación de estos platos. Con la variable Y (Cocina regional) se logrará que los platos de la provincia de Huancabamba ingresen a la carta de los restaurantes de la región Piura.(Hurtado 2000)

1.6.3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación es mixto:

A. La metodología científica:⁴

El método científico consiste en formular cuestiones o problemas sobre la realidad del mundo y los hombres, con base en la observación de la realidad y la teoría ya existentes, en anticipar soluciones a estos problemas, mediante la observación de los hechos que ofrezca, la clasificación de ellos y su análisis.

A través del método científico se genera el conocimiento científico. La característica principal del método científico en su replicabilidad, que está al servicio de la producción de consenso dentro de la comunidad científica. Es decir, que cualquier otro investigador, cuando analiza el mismo fenómeno, obtendría los mismos resultados.(Àvila, 2001)

B. Metodología Blanda

A partir de las consideraciones de Peter Checkland, quien realizó una investigación sobre la aplicación del pensamiento de sistemas duros a sistemas de tipo administrativo y social, surgió la Metodología de Sistemas Suaves (conocida también como SSM por ser sus siglas en inglés: *SoftSystemMethodology*). Está basada en el paradigma del aprendizaje y asume la realidad como constantemente reconstruida en un proceso social de negociación; propone 7 estadios para solucionar dichas situaciones percibidas, la MSS solo se puede aplicar a problemas reales y complejos, donde existe un gran potencial humano.

La Metodología de Sistemas Suaves busca trabajar con las diferentes percepciones de una situación, definiendo un proceso sistémico de aprendizaje, en el cual diferentes puntos de vista son discutidos y examinados a objeto de definir acciones orientadas a su mejoramiento.

1.6.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:

El diseño de la investigación es no experimental transaccional porque se tomó cuatro modelos de encuestas, en dos tiempos diferentes pero con el mismo tamaño de muestra, para encuestados diferentes por analizarlo en los años 2013-2014.

1.7. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. POBLACIÓN

La población del trabajo de investigación son los siguientes:

La población con la que se trabajó en esta investigación estuvo integrada por las madres y padres de familia de los comedores populares, también con los pobladores locales como también a los dueños de restaurantes registrados y por último a los administrativos, docentes y alumnos de la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura, se trabajó con una población de ciento setenta y cuatro personas en total.

1.7.2. MUESTRA

En esta investigación se utilizó el muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple.

Formula Aleatorio Simple:

$$n = \frac{Nz^2 p(1-p)}{(N-1)e^2 + z^2 p(1-p)}$$

Datos:

N: Población

Z=1.96 (Tabla de Distribución Normal)

P=0.5

e= 10% (Por ser Investigación Exploratoria)

Tabla N° 07: Población según los agentes de la investigación propuesta

Estratos	Cantidad Actual	Cantidad Encuestada
Dueños de los restaurantes	17	17
Pobladores	123 349	96
Madres de los comedores populares	20	15
Administrativos de la Universidad Alas Peruanas	126	15
Docentes de la Universidad Alas Peruanas	281	22
Alumnos de la Universidad Alas Peruanas	4000	26
Total		174

FUENTE: Elaboración Propia

1.8. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1.8.1. TÉCNICAS

➤ **Encuestas:**

Consiste en un test escrito que se realiza para obtener información de un grupo de personas donde se desea conservar el anonimato de los participantes y conseguir de forma rápida elementos de guía para llevar a cabo una investigación más profunda

➤ **Entrevistas**

Consiste en un diálogo entre dos personas, muchas veces guiado por las preguntas pre concebidas del investigador, lo que se conoce como entrevista cerrada y en otros casos se formula mediante un diálogo abierto en donde el entrevistador va formulando sus preguntas de acuerdo a las respuestas que va obteniendo de su entrevistado, lo que se conoce como entrevista abierta.

1.8.2. INSTRUMENTOS

➤ **Microsoft Excel:**

Con el uso del Microsoft Excel se permitió elaborar la ejecución del sistema viable, en lo cual se pudo identificar a los agentes de la investigación, concluyendo con la construcción del mapa estratégico.

➤ **SPSS-20:**

El SPSS-20 es el instrumento que se utilizó para procesar y analizar las encuestas realizadas en este trabajo de investigación y así poder establecer resultados a través de tablas estadísticas y gráficos estadísticos.

➤ **Premium:**

El Premium se utilizó para el proceso de pruebas científicas, siendo necesario diseñar videos con mayor eficacia y claridad, ayudando a solucionar todas las realidades encontradas elaboradas en el proyecto de investigación.

1.9. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.9.1 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

A. Sociales

A través de este trabajo de investigación, lo que se desea es dar a conocer a la población la importancia que tienen los platos típicos de la provincia de Huancabamba, realizando capacitaciones y ferias gastronómicas, resaltando el valor gastronómico que tienen estos platos tradicionales; buscando la participación de todos, pobladores, comedores y restaurantes, conectándolos con su tradición, con el fin que toda la población de la Provincia de Huancabamba se sienta identificado con esta cultura gastronómica.

B. Cultural

Este trabajo de investigación es esencial para la conservación del patrimonio culinario, con el propósito de concientizar a los pobladores de Huancabamba sobre la riqueza que tienen estos platos tradicionales; y con este proyecto se trata de resaltar, aquellas recetas con características únicas, rescatadas desde tiempos pasados y siendo eso lo que más las enriquece dándoles valor y riqueza a esta cultura gastronómica.

C. Turístico

El objetivo del trabajo de investigación es incentivar a los pobladores a la práctica y preparación de platos típicos de la Huancabamba, siendo estos presentados y servidos en los

restaurantes de la zona como también las ferias que se realizarán en los diferentes sectores de la provincia; dirigidas por los mismo pobladores, los cuales serán los gestores y encargados de difundir esta cultura gastronómica, mostrándoles y explicándoles las características que tienen la preparación de cada una de las recetas, los gestores se encargarán de ofrecer la comodidad y satisfacción del colaborador.

D. Económica

Para que este proyecto se ejecute, se tiene que contar con el apoyo de instituciones públicas y privadas, con la finalidad de poder realizar ferias gastronómicas, capacitaciones a los pobladores, restaurantes y diversas actividades que se tengan que ejecutar para llegar a cumplir el objetivo.

1.9.2 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La Provincia de Huancabamba es una ciudad que se está desarrollando a pasos agigantados, contando con una variedad de recursos turísticos, tanto naturales, culturales y gastronómicos.

La gastronomía está poco valorada por la población, perdiendo el nivel de calidad que este rubro de arte culinario merece ante un pueblo que está inmerso en buscar un impulso en el turismo. Como base para lograr un desarrollo turístico en la gastronomía es conseguir que los pobladores se sientan identificados con sus costumbres y tradiciones; notando que la ideología del poblador ha cambiado radicalmente, desde el punto de no tener conocimiento de los platos, como también de costumbres las cuales se está perdiendo con el pasar del tiempo; por lo cual, la presente investigación trata de

proponer la práctica y preparación de estos platos tradicionales tanto en la provincia de Huancabamba como en la región Piura, tratando de lograr el desarrollo y beneficios de sus pobladores, resaltando la importancia que estos platos típicos de la Provincia tienen y analizando el resultado que tendrán con su influencia en la cocina regional.

1.9.3 LIMITACIONES

- ✓ El análisis general de la importancia de los platos típicos de Huancabamba se bosquejó en base a encuestas y entrevistas como también el diagnóstico situacional actual del sistema turístico de la provincia de Huancabamba

- ✓ La información adquirida para el recetario gastronómico se obtuvo de manera oral, sin tener un registro alguno de platos específicos, el cual nos permita realizar un estudio concreto de cada platillo; la evaluación se determinó de acuerdo a un análisis generalizado a la población y restaurantes; para así poder conseguir la información necesaria de un determinado número de platos y postres de la zona.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1. DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

2.1.1 ANTECEDENTES

A. En el Perú

- **Cynthia Elizabeth Canales y otros (2009)**. Presentado a la Universidad Cesar Vallejo el proyecto de tesis denominado **“Propuesta de un Plan de Negocios Para Implementar y Comercializar un Sistema de Franquicias de un Restaurante Turístico de Comida Criolla de la Ciudad de Piura”**. Para optar el título de licenciado en administración.

Concluye que el presente plan de negocios constituye un documento que ayudará a los empresarios a analizar el mercado y planificar la estrategia de negocios acerca de la comida criolla.

- **Lic. Adm. Cristina Sadén Carrión Peña (2006)**. Presentado a la Universidad Nacional de Piura la tesis **“Implicancias de la Gastronomía como Recurso de la Actividad Turística en el Desarrollo Económico del Departamento de Piura”**. Para optar el grado de Magister en Ciencias Económicas con Mención en Economía de Empresas.

Comenta que Piura cuenta con un buen potencial turístico, reflejado en la cantidad de recursos por provincias, con lo que se puede afirmar que la Oferta está dada; asimismo, la demanda turística se basa en los deseos de las personas por hacer un alto a sus actividades cotidianas y darle pase al ocio que le hace muy bien al cuerpo y al espíritu. Así lo demuestra los recientes estudios, realizados por la Universidad de Deusto – España, en tal sentido, los visitantes optaran por aquellos lugares que les ofrezcan mucho atractivo, buena comida,

a costos bajos; en resumen las mejores condiciones para que sea mirado desde fuera con expectativa.

Unos de sus objetivos es determinar que la actividad turística aporta un ingreso considerable a la economía regional como también lograr que la gastronomía piurana constituya un importante atractivo para la venida de turistas a nuestra ciudad.

Concluyendo que la gastronomía se constituye como un recurso turístico atractivo para los turistas, encontrándose en tercer lugar, luego de las playas y la artesanía.

Que los servicios relacionados con la gastronomía, tales como: infraestructura, vías de acceso, condiciones de salubridad y atención al cliente, son calificados como muy buenos.

B. En el Extranjero

- **Hidalgo Barriga Nanci Emitelia; Ecuador (2010):** Presentó a la Universidad Católica de Loja el proyecto de tesis denominado: **“Platos Típicos que pueden ser Puestos en Valor de los Recursos Gastronómicos Típicos y Tradicionales, con el Fin de Fomentar el Desarrollo del Turismo de la Ciudad de Riobamba”**. Para optar el título de Licenciado en Administración Turística.

Comenta que el turismo gastronómico es uno de los principales ejes de la promoción turística de una región, ya que se trata de uno de los atributos mejor valorado por los turistas que lo visitan. Y es precisamente en los destinos con mayor tradición, receptores de los mayores porcentajes de visitantes, donde precisamente se ha prestado menos atención al desarrollo de este valor añadido, y es en estos donde la implantación de estrategias para desarrollar este

segmento puede dar lugar a los resultados más positivos, tanto para aumentar el gasto del visitante, como su conseguir mejorar su número y calidad.

- **Frias Valenzuela Marcia Argelia y otros (2001) Argentina:** Presentaron por el Instituto Politécnico Nacional el trabajo final de opción: curricular denominado: **“La Importancia del Rescate de La Comida Barroca como Arte culinario dentro de la Gastronomía del Estado de Puebla”**. Para optar el título de licenciado en turismo.

Esta tesis dice que muchas veces existe confusión entre los términos de gastronomía y arte culinario, pero estos términos no significan lo mismo. La gastronomía es el arte de preparar los alimentos, es decir, el arte de buen comer; mientras que el arte culinario es la perfecta combinación de condimentos, especias, carnes, aves, pescados, mariscos, verduras y legumbres; esto es, la gastronomía se preocupa por la presentación atractiva y apetitosa para el comensal, en cuanto al arte culinario se enfoca a la preparación de los platillos para que tengan un buen sabor y balance.

- **Romina Bacchiarri (2006) Argentina:** Presentó a la universidad Abierta Interamericana la tesis: **“Fenómeno Gastronómico rosario y su Implicancia turística”**. Para optar el título profesional de licenciado de administración en turismo y hotelería.

Como también dice parte de la cultura de un país se refleja sin gastronomía, dado que está formada por la razón de ser de un pueblo, su patrimonio, valores que comparte, costumbres que practica, su historia, agricultura, religión y aspectos geográficos, ya que las cocinas se constituyen en primera instancia a raíz de sus recursos naturales disponibles a los que luego puede añadirse aquellos

alimentos importados de otro lugar. Por ende, la cultura y la comida típica de un pueblo están íntimamente legadas.

2.1.2 MARCO DEL LUGAR DONDE SE APLICA LA TESIS

2.1.2.1 HISTORIA Y CULTURA DEL LUGAR

Las investigaciones arqueológicas en la sierra de Piura se iniciaron en 1916 cuando **Julio C. Tello** formó parte de la **Expedición Científica al Marañón**, de la Universidad de Harvard, que exploró el valle de Piura y las provincias de Huancabamba, Ayabaca y Jaén. Tello, quien tenía treinta y seis años y terminaba de estudiar Antropología en Harvard, estableció una base de investigaciones en Huancabamba e investigó en un radio de 40Km. a la redonda, registrando material arqueológico en el cerro El Burro, Cueva Mcasic, Laguna Huarinas, Sondas, cerro Pariacaca, y cerro San Antonio. Los materiales recolectados por esta expedición se encuentran depositados actualmente en el **Museo Peabody** de la mencionada Universidad, destacando los siguientes: fardos funerarios, huesos humanos, tejidos, caracoles, material cerámico y metales.⁵

2.1.2.2 SÍNTESIS

*Las diversas poblaciones prehispánicas que se han sucedido en este valle han tenido intercambios culturales con otros pueblos aprovechando las siguientes Abras: Las **Chinguelas** hacia la cuenca del Chinchipe, Cruz de **Huascaray** hacia Tabaconas, **Porcuya** (2145 m.s.n.m. parte más baja de la cordillera occidental*

⁵Información obtenida. Monografía Actualizada de la Provincia de Huancabamba. Escritor Ricardo La Torre Alvarado.

Andina) hacia Cajamarca y Lambayeque, Agusturas, Suropite y Ovejerías hacia la costa piurana. (La Torre, 2004).

De esta manera podemos identificar en la cultura Huancapampa elementos de culturas Amazónicas, Mochica, Chimú, Cajamarca, Lambayeque, Vicús e Inca.

2.1.2.3 LEY DE CREACIÓN DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

Ley el 14 de enero de 1865, la provincia de Ayabaca se dividió en dos: Ayabaca y Huancabamba, teniendo como capitales las ciudades de su nombre. **La provincia de Huancabamba se creó con los Distritos de Huancabamba, Huarmaca, y Sónдор.** Posteriormente se fueron creando los otros cinco distritos que hoy tiene: **Canchaque, Sondorillo, Carmen de la Frontera, San Miguel del Faique, y Lalaquiz.** (La Torre, 2004)

2.1.3 BASES TEÓRICAS DE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.3.1 COCINA PERUANA

- ✓ **Según Raya citado por Maya e Izquierdo (2007)** nos indica que la historia del arte de cocinar refleja la evolución social del periodo del que se trate; revela la estima que tenía una sociedad por la cocina y las personas que en ella trabajan. El equipamiento de la cocina comprende los materiales, la tecnología y la clase de combustible disponible para la cocción de los alimentos.

Olivas (1996), especificó que para la historiadora de la cocina peruana, la cocina no es una simple acumulación de elementos, sino

una mezcla artística de estos en un encuentro armonioso con los valores sociales, económicos, morales, culturales y religiosos del pueblo que los practica. Desde esta perspectiva, entonces, mediante la cocina, la materia prima o alimentaria pasa del estado de naturaleza al estado de cultura. Por lo tanto, mucho más que una cuestión de ingredientes (transformados o no), de clasificaciones y de reglas que ordenan insumos alimenticios y les dan sentido o un recetario; se trata de un concepto mucho más amplio.

Olivas Rosario (1992) mencionó que la cocina es, sin lugar a dudas, una fuente riquísima e inagotable de expresión cultural. A lo largo de toda nuestra existencia nos acompaña ritos, costumbres y creencias. Suele otorgarse valores particulares a las comidas y bebidas. Se desarrollan utensilios e instrumentos con características específicas para una u otra finalidad y existen distintas normas al comer. Lo que identifica a las personas como parte de un grupo o sociedad. La temática resulta por consecuencia muy amplia.

Carrión Cristina (1992) comenta que la cocina Piurana es imaginación y tradición en la elaboración de distintos platos; por ello que se le considera una de las más ricas del país, destacando por su variedad y estilo en el uso de los ingredientes y aderezos que diestramente combinados, le dan sin duda ese sabor especial que la hace única.

2.1.3.2 PATRIMONIO CULTURAL

La cultura no es solo la suma de bienes y experiencias propias y heredadas, sino el grado de convivencia que tiene determinado grupo humano. Este propio reconocimiento y autoconciencia, visto a

través de las variables histórico – cultural, se convierte en lo que comúnmente se denomina Identidad Cultural.

Asimismo, señala que el patrimonio cultural debe ser entendido como la memoria colectiva de un pueblo y reafirma el deber de conservarla, pues educa, integra, permite entender y descubrir la identidad, favorece al turismo y orienta a los pueblos en un futuro coherente y de desarrollo sostenible.

Tal y como señala Montecino (2009) cocina y cultura pueden ser sinónimas. entendida como lenguaje, la trama de la alimentación humana nos arroja a una densa materia en la cual el cuerpo, las técnicas y los símbolos se entrelazan para producir una urdimbre en las distintas sociedades.

Fernández Gerardo (2004), plantea igualmente una percepción del comer tanto en actividad fisiológica que responde a una satisfacción nutricional, como un referente cultural y social con relaciones y jerarquías establecidas entre productos, culinaria y normas. A partir de esos elementos es posible observar una gama de identidades entre algunos donde funcionan las adherencias y pertenencias, mientras que con otros la relación es de distancia, exclusión y siempre de las pautas interétnicas.

2.1.3.3. TIPOLOGÍA DE COMIDAS

A. COMIDA FESTIVA

La comida festiva resulta de un mayor interés por lo que representa. En este caso la presencia del “pasante” o responsable del festejo es imprescindible puesto que es el proveedor del alimento.

Este se compone del *thimpu* que es lo seco y relevante, acompaña de un “segundo” sobre la base de cordero o de pollo. Este “pasante” adquirirá mayor prestigio en la medida en que sea más satisfactoria la presentación y consumo de la comida. La festividad de los santos es una de las más importantes de acuerdo con estos parámetros. Aquí de lo que se trata es de agasajar a los difuntos para que luego disfruten los vivos. (Weston, 1993)

B. LA COMIDA RITUAL

La comida ritual descansa en la idea de una reciprocidad de dones alimenticios en la relación del hombre con el medio ecológico es decir, que para poder vivir y alimentarse correctamente el hombre debe alimentar y conservar apropiadamente a estos seres tutelares a través de “pagos” y ofrendas, además en los tiempos adecuados como son los de siembra, cosecha, carnaval o agosto. De no ser así, en contraposición habrá penuria y enfermedad. Aparece la figura de la mesa ritual en donde se presenta los mejores platos para el consumo de estos seres tutelares que pueblan el altiplano, aquellos que asegurarán la subsistencia de la comunidad. Es más, ellos tienen preferencias y apetitos variados y es el *yatirio* sabio el encargado de hacérselo saber a los participantes. Las sensaciones y los sentidos son de suma importancia en estos casos; los seres tutelares tienen gusto, olfato, vista, tacto, oído, y hay que saber complacerlos en cada uno de estos aspectos. (Benavides, 2001¹)

2.1.3.4. IDENTIDAD CULINARIA

La identidad culinaria permite identificar la cocina que pertenece a un pueblo, y la sociedad que la práctica transmite los conocimientos a través de generaciones haciendo prevalecer su esencia,

respetando su identidad, sin alterarla. La comida puede adaptarse en otros lugares, agradar a otros gustos en diferentes tiempos, sin perder su esencia ni originalidad. Ocupa un lugar importante en la vida de los pueblos, así como juega un papel fundamental dentro de la vida cotidiana y festiva de lugar al que pertenece es decir, imprime una personalidad culinaria.(Camacho et.al, 2008)

2.1.3.5. COCINA REGIONAL

Un aporte a la cocina regional; la diversidad de cultural y la heterogénea del Perú son las principales razones por la que nuestra cocina se enriquece a diario de forma sorprendente y divertida. Y no podría ser de otra manera, pues tenemos un sin fin de ingredientes que van desde lo más recónditos frutos de hasta los mejores tubérculos del mundo, pasando por hierbas de olores y sabores inconfundibles.

La cocina local se describe como un factor importante para los turistas teniendo en cuenta los posibles destinos: turismo de aventura y turismo culinario.(More, 2014)

2.1.3.6. IDENTIDAD GASTRONÓMICA

García (2008) comenta que varias veces escucho que los cocineros locales debemos rescatar la gastronomía. Que es nuestro deber escavar historia y cultura en búsqueda de esos sabores que distinguen a los países de Latinoamérica. La crítica no se cansa de señalar que la cocina tiene que mirar hacia afuera para buscar inspiración. En parte, creo que estoy de acuerdo. La tendencia mundial marca cocina muy regional a la que se le aplican técnicas

clásicas y vanguardistas, finalmente, transformada sin perder su más pura esencia.

Aquí se maneja la misma técnica, pero generalmente carece de esa esencia que hace que la gastronomía exalte.

2.1.3.7. FERIAS GASTRONÓMICAS REGIONALES

Sifuentes (2012) comenta que en el Perú debido al gran auge gastronómico que se vive desde hace algunos años, todos los meses del año se realizan ferias gastronómicas.

Cada ciudad importante realiza festivales o ferias gastronómicas en donde se muestra lo mejor de la comida de cada región. En estas ferias se presentan los mejores restaurantes regionales con sus mejores especialidades. Se realizan concursos de cocina, charlas magistrales dictadas por renombrados chefs, degustaciones y muchas otras actividades. No faltan por supuesto los bailes típicos regionales y orquestas de moda que normalmente cierran la actividad del día.

Cada feria gastronómica procura ser la mejor, que atraiga la mayor cantidad de visitantes y que los precios de los platos sean populares.

La mayoría de estas ferias recibe el apoyo de las autoridades de la región quienes ven en esta actividad la mejor manera de promover su ciudad e incentivar el turismo.

Las ferias gastronómicas se han convertido en sitios muy visitados por turistas extranjeros. En donde pueden probar los platos

más ricos del Perú a precios muy cómodos, teniendo una gran variedad en un solo lugar.

2.1.3.8. PRODUCTOS NATIVOS

Rivera (2012): El Perú es un país heterogéneo, que alberga una gran diversidad ecológica que requiere ser estudiada y adecuadamente explotada para constituir fuentes de trabajo y bienestar de sus poblaciones, especialmente de las rurales. En este contexto, el desarrollo de los cultivos nativos y las agroindustrias rurales son una de las alternativas viables, pero requiere superar muchas

La diversidad geográfica, ecológica y cultura de nuestra sociedad; que se manifiesta en estilo de vida, de alimentación, de conocimientos tecnológicos, no debe ser asumida como una limitante al desarrollo, sino como una posibilidad real para el desarrollo. Los cultivos nativos, su producción, transformación a su ingreso en los mercados nacionales e internacionales requiere del esfuerzo del campesino productor, de la tenacidad transformadora de los nuevos empresarios y, demanda a su vez, de las instituciones del Estado, políticas claras de apoyo y fomento.

2.1.3.9. ANTROPOLOGÍA DE LA ALIMENTACIÓN

La antropología trata de los aspectos biológicos, sociales de los humanos y dentro de esos aspectos está su alimentación o su cultural alimentaria. Por tanto, la antropología aborda las consecuencias que la alimentación ha tenido, a lo largo de la historia sobre nuestra especie como factor de progreso evolutivo. Igualmente tiene la visión de considerar al hombre como especie zoológica,

tratando sus características peculiares como consecuencia de su evolución y adaptación al ambiente.

De acuerdo con la Dra. Aguirre (2006), la antropología especula sobre las posibilidades que nos impone nuestra condición de omnívoros, y la importancia que ha tenido en el proceso de hacernos humanos la diversidad de productos que entran a formar parte de lo que designamos "comida", junto a los aspectos acerca de lo que comemos, y el lugar que la alimentación ocupa en la definición misma de quienes somos. Cada sociedad, cada cultura tiene sus propios gustos culinarios, que los trasmite a quienes forman parte de la misma, siendo sello distintivo de ella. La cultura también proporciona normas sobre los alimentos que podemos comer, con ciertas connotaciones según el tipo de sociedad. En definitiva la comida es asimismo una forma de lenguaje que nos ayuda a entender lo que somos.

2.1.3.10. TEORIA ELEMENTAL DE LA GASTRONOMÍA

El ser humano no se mueve por motivos fisiológicos para elegir una dieta o un alimento concreto: son las ideas, los elementos psicológicos, afectivos y culturales que lo envuelven, los que disponen el complejo acercamiento del hombre a la comida.

El alimento que es fundamentalmente símbolo, está recubierto de una forma, la forma de la cultura de su valor social o religioso, por la que lo aceptamos o rechazamos, haciéndolo parte de nuestra identidad personal y cultural.

La teoría de la gastronomía que aquí se propone es "elemental", en el sentido de fundamental o necesaria; en primer lugar, para la

comprensión del fenómeno gastronómico en su globalidad que incluye en sí tres planos: biológico, psicológico y cultural, que el gastrónomo ha de tener en cuenta (Cruz, 2012).

2.1.4 MARCO LEGAL

2.1.4.1 LEY N° 28296, “LEY GENERAL DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN” Y EL DECRETO SUPREMO N° 017-2003-ED, QUE APRUEBA EL REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL INSTITUTO NACIONAL DE CULTURA

Se resuelve:

Artículo Único. — Declarar Patrimonio Cultural de la Nación a la cocina peruana como expresión cultural cohesionadora que contribuye, de manera significativa, a la consolidación de la identidad nacional.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

Cecilia Bákula Budge

Directora Nacional

2.1.4.2 NORMATIVIDAD VIGENTE PARA PROTEGER LA ACTIVIDAD GASTRONÓMICA DADA POR EL DECRETO SUPREMO N° 021-93-ITINCI⁶

Es competencia del Ministerio de Industria, Turismo e Integración de Negociaciones Comerciales e Internacionales, y en su caso, de los organismos regionales competentes por delegación de funciones:

- a. Determinar la categoría de restaurantes

⁶El reglamento de restaurantes consta de seis (06) títulos, veinte (20) artículos, y tres (03) disposiciones transitorias.

- b. Supervisar las condiciones de funcionamiento y prestación de los servicios
- c. Tramitar y resolver las reclamaciones que se formulen sobre la prestación de servicios
- d. Aplicar sanciones por infracciones al presente reglamento
- e. Ejercer las demás atribuciones que establezcan los dispositivos legales vigentes

Las funciones c y d podrán ser ejercidas por INDECOPI – Decreto Legislativo 716.

Los restaurantes en atención a la calidad de sus instalaciones, equipamiento y servicios que proporcionan, se caracterizan, en:

Tabla N° 08: Categorización de Restaurantes

CATEGORIZACIÓN GENÉRICA	CATEGORIZACIÓN ESPECÍFICA
Primera Categoría	5 y 4 Tenedores
Segunda Categoría	3 y 2 Tenedores
Tercer Categoría	1 Tenedor

FUENTE: Información obtenida tesis ciencias económicas – Universidad nacional de Piura

Los restaurantes que se encuentren de los hospedajes, se ajusten a lo dispuesto en el presente Reglamento y adoptan la misma categoría del hospedaje. Para el funcionamiento de restaurantes, las

empresas de servicios turísticos deberán solicitar su inscripción en el Registro Unificado – Decreto Supremo N° 118-PMCM.⁷

En cuanto a la prestación de servicio se debe ofrecer óptimas condiciones de prestación, higiene y seguridad del mobiliario y equipo; la preparación de comidas y bebidas que ofrecen deberán utilizar alimentos o ingredientes auténticos y en buen estado de conservación, sujetando estrictamente a las normas que emitan los organismos pertinentes; hacer mantenimiento permanente de sus instalaciones, equipo y mobiliario, reposición de cubiertos, vajilla, cristalería y lencería; contará con personal calificado con experiencia reconocida, el cual deberá presentarse en condiciones de pulcritud, en aseo y vestimenta.

2.1.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

➤ COMIDA BARROCO:

Llamada también comida de oro, La gastronomía barroco queda definida como el conjunto de las costumbres culinarias y de los alimentos relacionados con la época medieval típicos de la zona de Europa. También como comida complicada. (Zapata, 2006)

⁷D.S N° 021-93 – ITINCI – Autorización y Funcionamiento

➤ **DESARROLLO TURÍSTICO:**

Aquel que conducirá a un lugar con potencial turístico, al desarrollo económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, satisfaciendo las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de satisfacciones propias de generaciones futuras. (Mincetur 2004)

➤ **IDENTIDAD GASTRONÓMICA:**

Por ello denominamos que la identidad gastronómica son aquellas características propias de: los platos, bebidas, historia de nuestros platos y hasta la forma de comer. Que son las que nos dan nuestra propia identidad gastronómica y nos hace diferente a todas las demás.(More, 2014)

➤ **MINCETUR:**

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: es un ministerio del gobierno peruano, destinado al cuidado y conservación de los atractivos turísticos, así como jerarquizar y darle la puesta en valor a los recursos turísticos, hace cumplir las leyes relacionadas con el turismo.(Mincetur, 2010)

➤ **PATRIMONIO CULTURAL:**

El concepto de “Patrimonio Cultural” es relativamente reciente, pese a que comprende objetos, lugares y tradiciones que pueden haberse creado hace miles de años.

La palabra “patrimonio” significa “lo que se recibe de los padres” y que, por lo tanto, es de uno por derecho propio, sin que ello sea discutible. En un sentido más amplio, puede referirse a una nación e involucra no solo a los bienes materiales, sino también a los espirituales e inmateriales, que en conjunto identifica a un grupo humano. (Villavicencio, 2007)

➤ **PLATOS TÍPICOS:**

Un plato típico es aquel que se prepara en alguna región o lugar determinado, y lo cual significa que ese platillo, ahí nació o se consume en forma cotidiana o normal. (Cethurg, 2010)

➤ **TURISMO MÍSTICO**

Es aquel organizado con fines específicos de visitar, en el trayecto o países adonde se efectuara, iglesias, templos, casas de retiro y todo tipo de organizaciones y edificios relacionadas con los cultos religiosos, adonde lo místico prima, lo misterioso encierra enigmas. (Oliva, 2004)

SISTEMA VIABLE

Es una técnica en la cual las entidades observadas y sus entornos son interpretados desde una perspectiva sistémica, comenzando por el análisis de los elementos fundamentales y finalizando con el análisis de sistemas interrelacionados de mayor complejidad. (Ávila, 2001)

2.2. DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACION

2.2.1 FINES DE LA PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN DEL LUGAR

2.2.1.1 UNIDADES ESTRATEGICAS DEL SISTEMA TURISTICO RELACION

A. Alojamiento

Huancabamba siendo un distrito en desarrollo turístico viene recibiendo una variedad de turistas al día, comprende una diversidad de alojamientos, siendo este un negocio muy rentable en épocas de fiesta de la localidad, esto incluye a hoteles, hospedajes y vivienda hospedajes.

B. Restaurantes

El rubro gastronómico de Huancabamba es diverso, pudiendo encontrar comida variada como por ejemplo, pescados y mariscos, comida criolla, platos de segundo, los restaurantes que encontramos en diferentes puntos de la provincia brindan este servicio de alimentación a los mismos pobladores como a comensales que llegan a trabajar a este lugar, los restaurantes son:

C. Servicio de Transporte

El servicio de transporte en esta zona es favorable para el desarrollo del turismo, el curanderismo es una actividad económica que se está desarrollando día a día, estas empresas

están dedicadas al transporte de pasajeros a diario en esta localidad.

2.2.2 ANÁLISIS EXTERNO

2.2.2.1 Análisis del Entorno General

A. Factores Económicos

La Provincia de Huancabamba se ha caracterizado desde tiempos remotos por las actividades productivas de la **agricultura** y la **ganadería**, estas dos actividades son día a día la principal actividad económica de productividad para la zona, en lo que respecta a los principales productos agrícolas permanentes, el cultivo principal es la chirimoya, seguido por el pasto de elefante, la alfalfa, granadilla, la caña de azúcar, plátano, naranjo y el cafeteo; en la ganadería es una actividad muy ligada a la agricultura, sirviéndoles a los campesinos y campesinas para afrontar situaciones de emergencias, frente a exigencias inesperadas. El ganado vacuno es el que más sobresale en esta zona seguido por el ovino, caprino y porcino.

Otras actividades productivas de Huancabamba es la preparación de tragos como el agua ardiente, capulí, vino de sauco son algunos de las bebidas que ofrecen los pobladores; como también la panadería tradicional que se considera aún un trabajo artesanal, pues el proceso de elaboración del pan y dulces es completamente manual, dulces como: mazapanes, tortillas de viento, roscas dulces, tortas de canela, chunos, entre otros; son el encanto de muchos visitantes.

El arte de la alfarería, generalmente, se resalta más en los distritos de Sondorillo y Huarmaca y en menos grado en Sónдор,

con objetos que se trabajan en barro, dando como resultado ollas, olletas, mocahuas, tiestos y otras vasijas para la cocina.

La textilería con técnicas heredadas de la época incaica; empleando el “telar de cintura” (cungalpo) en todos los distritos, las tejedoras confeccionan ponchos, anacos, alforjas, mantas, jergas, fajas y otros; siendo esta una actividad que aún no tiene un mercado que le permita generar mayores ingresos a través de la venta de sus prendas.

1. La Agricultura⁸

La agricultura en la provincia de Huancabamba es una de las principales fuentes económicas para los pobladores de la zona rural, son ellos los que más se desempeñan en esta actividad productiva.

La producción de insumos agrícolas como la papa, el camote, la oca son algunos de los productos más rentables para los pobladores de Huancabamba.

2. Ganadería⁹

La ganadería es una actividad muy ligada a la agricultura y es de tipo extensivo, constituye la caja chica de los campesinos y campesinas, les sirve para afrontar situaciones de

⁸Plan de desarrollo local concertado del distrito de Huancabamba.

⁹Es una enfermedad viral, muy contagiosa, de curso rápido que afecta a los animales de pezuña partida o hendida; se caracteriza por fiebre y formación de vesículas principalmente en la cavidad bucal, hocico, espacios interdigitales y rodetes coronarios de las pezuñas.

emergencia, frente a exigencias inesperadas y que regularmente con su economía no pueden atender.

El Ministerio de Agricultura por intermedio del SENASA es el que se encarga de realizar las campañas de erradicación de la Fiebre Aftosa

I. Cuadros de producción de ganado

Tabla N° 11: ZONAS, CLASE DE GANADO, SANIDAD, COMERCIALIZACIÓN

Zonas	Clase de Ganado	Principales Enfermedades y/o Plagas	Donde se Comercializa
Huamaní y Comenderos	<ul style="list-style-type: none"> • Vacuno: Holstein, Brown y criollo • Ovino: criollo • Porcino: criollo • Aves de corral 	<ul style="list-style-type: none"> • Vacunos: garrapatas; brucelosis, carbunco sintomático. • Ovino y Porcinos: garrapatas, cisticercosis 	Se vende a intermediarios
Juzgara, Jicate y Succhil	<ul style="list-style-type: none"> • Vacuno: Holstein y criollo • Porcino: Criollo • Aves de corral 	<ul style="list-style-type: none"> • Vacunos: garrapatas; brucelosis, carbunco sintomático. • Ovino y Porcinos: garrapatas, cisticercosis 	Se vende a intermediarios

B. Factores Tecnológicos

Sector agrario: El proyecto de mejoramiento genético en bovinos que ejecuta la Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Huancabamba, conjuntamente con la Asociación de Ganaderos; tiene como principal objetivo mejorar la

calidad genética de los vacunos lecheros de Huancabamba para obtener el incremento del volumen y calidad de su leche.

Lo primero que se impulsó con el proyecto desde el año 2012 es el cambio de actitud de los ganaderos ya que eran reacios al cambio porque las razas mejoradas presentaron problemas de mal de altura, lo que en un inicio desanimaba a los productores.

En la actualidad el proyecto cuenta con una posta de inseminación instalada en la Agencia Agraria de Huancabamba y tiene un promedio de cincuenta probetas de semen para inseminar a las vacas criollas y mejorar el linaje introduciendo la raza Brown Swiss y Holstein.

C. Factores Políticos

1. Municipalidad

En Huancabamba es una constante la aparición de candidatos dispuestos a todo, con el solo propósito de obtener el tan deseado sillón municipal, y para lograr su objetivo ofrecen grandes proyectos que por lo general muchas veces son imposibles de cumplir, quedando sus promesas solo en palabras, ocasionando de esta manera en los pobladores críticas y descontento colectivo.

En esta localidad más del 80% de sus pobladores pertenecen zonas rurales, en la época electoral esto se convierte en una desventaja para la provincia y una ventaja para los candidatos, quienes dedican la mayor parte de su campaña regalándole al campesino, productos de primera necesidad (arroz, azúcar,

aceite, etc.), productos agrícolas, indumentarias, etc. Aprovechándose de la necesidad de estos, con el fin de conseguir votos para su elección.

Esto ocasiona un gran desconcierto en los pobladores de la zona urbana, todos los periodos es lo mismo, el candidato elegido para ser alcalde de la Provincia, no siempre lo es por su proyectos de desarrollo, sino por el hecho de haber sido quien ofreció más productos a los campesinos.

El desconocimiento e idiosincrasia del poblador rural lo conlleva, generalmente, a la toma de decisiones erróneas al elegir el candidato; para él, quien le da más productos es el que debe ganar. Es así como un alcalde llega al poder del municipio, convenciendo al campesino y creando promesas de trabajo.(La Torre, 2008)

D. Factores sociales

1. Empleo

Cuando hablamos de empleo, sabemos que estamos hablando de la PEA (población económicamente activa), siendo personas de quince y más años de edad que están en condiciones de trabajar, es decir, de producir bienes o servicios con los que logran el sustento propio o familiar.

Hay que considerar que Huancabamba es eminentemente de producción agropecuaria y que la tecnología usada es muy rudimentaria, comparable a la de la época colonial. También que

hay incidencia en la ocupación artesanal y el comercio menor. Así mismo, alto índice mujeres que se dedican al hogar. (Autor)

2. Delincuencia

Cuando hablamos de delincuencia en la provincia de Huancabamba, primero se tendría que resaltar que este es aún un pueblo al cual el índice de delincuencia es bajo; los jóvenes por lo general son el 87% del área rural dedicados al trabajo en chacras de agricultura y ganadería, mencionando que el nivel de educación es bajo en este lado de la sierra piurana, los jóvenes prefieren trabajar en sus tierras para producir.

Se resalta la participación de las rondas campesinas, como se ve en muchos puntos del país, la intervención de las rondas campesinas para solucionar problemas que existen en sus localidades es muy frecuente.(Autor)

3. Salud

El servicio de salud en Huancabamba está cubierto por 01 Centro de Salud I-4 que se encuentra en la capital del distrito y con 15 establecimientos de salud. ¹⁰

El desempleo, la desnutrición infantil, el analfabetismo acentuado, la carencia de agua potable y alcantarillado, muy especialmente en la zona rural que constituye el 89% de la población provincial, hacen que este pueblo este considerado en el mapa como una zona de extrema pobreza, especialmente, en

¹⁰Plan de Desarrollo local concertado del Distrito de Huancabamba 2004 - 2013

los distritos de Huarmaca y Sondorillo quienes están ubicados en la parte meridional. (La Torre, 2008)

Tabla N° 16: Centro de salud I-4 Huancabamba

**CENTRO DE SALUD I-4 HUANCABAMBA JESÚS FRANCISCO
GUERRERO CRUZ**

NIVELES DE ATENCIÓN	NIVELES DE COMPLEJIDAD	CATEGORIA DE ESTABLECIMIENTO	CORRESPONDENCIA EN MINSA	DENOMINACIÓN ACTUAL	SIGLAS
PRIMER NIVEL DE ATENCIÓN	1°	I-1	Puesto de salud	Establecimiento de Salud del Primer Nivel de Atención con nivel de Complejidad 1	E.S I-1
	2°	I-2	Puesto de salud con medico	Establecimiento de Salud del Primer Nivel de Atención con nivel de Complejidad 2	E.S I-2
	3°	I-3	Centro de Salud sin Internamiento	Establecimiento de Salud del Primer Nivel de Atención con nivel de Complejidad 3	E.S I-3
	4°	I-4	Centro de Salud con Internamiento	Establecimiento de Salud del Primer Nivel de Atención con nivel de Complejidad 4	E.S I-4
SEGUNDO NIVEL DE ATENCIÓN	5°	II-1	Hospital I	Establecimiento de Salud del Segundo Nivel de Atención con nivel de Complejidad 5	E.S II-1
	6°	II-2	Hospital II	Establecimiento de Salud del Segundo Nivel de Atención con nivel de Complejidad 6	E.S II-2
TERCER NIVEL DE ATENCIÓN	7°	III-1	Hospital III	Establecimiento de Salud del Tercer Nivel de Atención con nivel de Complejidad 7	E.S III-1
	8°	III-2	Instituto Especializado	Establecimiento de Salud del Segundo Nivel de Atención con nivel de Complejidad 8	E.S III-2 ¹¹

FUENTE: Dirección Regional de Salud Piura-Huancabamba

¹¹Gobierno Regional Piura – DIRECCIÓN REGIONAL DE SALUD DE PIURA

4. Educación

La provincia de Huancabamba cuenta con tres niveles de educación; la zona rural es la más afectada por la infraestructura que los colegios ameritan en estas zonas.

El nivel primario es el más amplio a nivel de Provincial, en el Distrito de Huancabamba se cuenta con seis instituciones de nivel inicial, seis en el nivel primario y con cuatro en el nivel secundario. Asimismo, cuenta con dos institutos de nivel superior, también con sede de la Universidad Nacional de Piura y CETPRO (Centro Educativo Tecnológico Productivo)

La calidad del servicio es deficiente por los siguientes factores, no se cuenta con presupuesto para pagar a docentes que son necesarios en centros educativos donde la población escolar es numerosa, principalmente en los poli docentes en los niveles primario y secundario; no se cuenta con mobiliario e implementos para poder brindar una educación de calidad y esto se presenta más en el área rural del distrito; además en algunos casos es un factor la falta de compromiso de los docentes con la educación.

a. Instituciones Educativas – nivel inicial

- ✓ I.E.I 204 General Lituma Portocarrero
- ✓ La Villa 167
- ✓ I.E.I 209 Ramón Castilla
- ✓ I.E.I 4408 Virgen de las Mercedes
- ✓ I.E.P Marina Rosa de los Andes
- ✓ I.E.P San Hilarión

b. Instituciones educativas – nivel primario

- ✓ 14 409 Nuestra Señora del Carmen
- ✓ 14 408 Virgen de las Mercedes
- ✓ 14 418 Ramón Castilla
- ✓ I.E.P Marina Rosa de los Andes
- ✓ I.E.P San Hilarión
- ✓ I.E.P American School

c. Instituciones educativas – nivel secundario

- ✓ Institución educativa Nacional María Inmaculada
- ✓ Institución educativa Nacional Inca Pachacutec
- ✓ Institución educativa Nacional San Francisco de Asís
- ✓ Institución educativa Nacional Agropecuario N° 13

d. Institutos

- ✓ CEPRO Juan Bautista Lipuma
- ✓ José Eulogio Garrido Espinoza
- ✓ Néstor Samuel Martos Garrido

5. Servicios Básicos

a. Sistema de Agua

El sistema de agua es de tipo normal con tratamiento, en el distrito de Huancabamba (zona urbana) el 90% de los pobladores cuentan agua potable, la cual llega tres veces al

día; de 6:00 a.m. a 8.00 a.m. al medio día de 12:00 p.m. a 3:00 p.m. y en la tarde de 5:00 p.m. a 7:00 p.m. Muchas familias cuentan con tanque de agua para el uso diario.

b. Desagüe

En el distrito Huancabamba el sistema de desagüe es casi completo, aproximadamente el 90% de todas las familias cuentan con este servicio, son muy pocos los que aún usan las letrinas, eso se ha ido generando por el rápido crecimiento de la ciudad en los alrededores.

c. Servicio de Cable y telefonía celular

Con el pasar de los años el distrito de Huancabamba ha ido creciendo de a pocos tanto, económicamente, como en pobladores, se ha ido generando nuevos servicios para poder brindar, como por ejemplo el de cable y el de telefonía celular para las familias, antes el ver televisión o poder comunicarte con algún familiar que está lejos era muy difícil, solo se contaba con los canales nacionales y con el servicio de correo (cartas), ahora se puede encontrar a diferentes empresas brindando esta nueva opción para las familias, como son:

- Cable Visión
- Claro Hogar
- Cable Mágico

- Directivi
- Línea de celular Movistar
- Línea de celular Claro

d. Organizaciones Económicas Financieras

Huancabamba hace muchos años atrás se inició con una entidad Financiera Cooperativa de Ahorro y Crédito “San Pedro de Huancabamba” quién desde su inicio fue administrada por la señora Josefa Astudillo Gutiérrez, ella hasta el día de hoy es la encargada de administrar esta entidad financiera.

Con el pasar de los años han ido creciendo las entidades económicas financieras, brindando facilidades a todos los pobladores, estas son:

6. Aspectos Demográficos

1. Clima

En la provincia el clima es variable. Mientras en el valle de Huancabamba es ligeramente húmedo y templado, en las partes altas es muy húmedo y frío acentuado; en cambio, en zona yunga cercana a la costa se manifiesta como ligeramente húmedo y templado cálido.

La característica del clima se atribuye a la ubicación de la ciudad que se encuentra en un lugar abierto, donde corren

los vientos en todas las direcciones, próximo a la Cordillera de los Andes, y estar en una hoyada entre los cerros Pariacaca y Guitiligún, evitando que la neblina baje al centro de la ciudad y solo se presente en las faldas de los cerros.¹²

2. Geografía

El distrito de Huancabamba es la capital de la provincia de Huancabamba, nuestro distrito se encuentra ubicado aproximadamente, a 219 kilómetros al este de la ciudad de Piura, a 1929 metros sobre el nivel del mar, a orillas del río Huancabamba. En esta ciudad el clima es templado, agradable y muy sano; la temperatura fluctúa entre los 13° y 24° C aproximadamente.”, debido a una falla geológica que agrieta el suelo y origina el deslizamiento del terreno hacia la margen sur del río.

Está ubicada entre los 5°09´45’’ y 05°33´54’’ de latitud sur y los 79°24´21’’ y 79°40´36’’ longitud oeste; en el extremo oriental del departamento y región Piura, limita al Norte con el Ecuador, al Este con la región Cajamarca, al Sur con la región Lambayeque y al Oeste con las provincias de Morropón y Ayabaca.¹³

¹²Plan de Desarrollo Local Concertado del Distrito de Huancabamba

¹³Municipalidad Provincial de Huancabamba – Oficina de Turismo

3. Hidrografía

Divortium Aquarum¹⁴: la región de Huancabamba comienza a los 200 metros de altitud por unas vertientes muy empinadas que se prolongan hasta los 400 metros de altitud, zonas altas estas que dividen las aguas hacia los ríos que van ya sea a la vertiente del Atlántico y la del Pacífico.

4. Población

La población huancabambina está, ampliamente, distribuida en los valles y en las pendientes de la cordillera hasta los 3,000 metros de altitud, pero se condensa en pequeños villorrios o caseríos ubicados en zonas intensamente cultivables.

De acuerdo a las estimaciones del INEI, el último censo que se realizó el año 2007 el distrito de Huancabamba tiene una población de 124 298 habitantes con una densidad de 67.86 habitantes; es el segundo distrito más poblado de la provincia después de Huarmaca.

Los barrios que la conforman son: El Alto de la Paloma, Ramón Castilla, Chalaco, La Laguna, El Altillo y La Villa, además con el crecimiento poblacional se ha conformado el Asentamiento Humano Jibaja Che, San Francisco de Asís.

¹⁴Dícese de la línea imaginaria que traza la separación entre dos vertientes o cuencas fluviales limítrofes. En el Derecho Internacional se recurre con frecuencia a las divisorias de aguas como criterio para establecer tramos de fronteras en regiones, con alta densidad de cauces fluviales y escasez de otras referencias geográficas o falta de fronteras históricas.

2.2.2.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO

A. Análisis de la Demanda Turística y de la Oferta Turística

Para poder realizar el análisis de la demanda turística es necesario realizar un estudio previo sobre el número de llegada de los turistas tanto nacionales como extranjeros a la provincia de Huancabamba, para ello se ha adquirido la información de la Oficina de Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancabamba y la ayuda de la DIRCETUR

Huancabamba cuenta con un libro de registro, el cual es llenado por cada turista que visita la Provincia; el problema radica en que, no todos los visitantes que llegan van a la oficina de Turismo; muchos de los turistas que arriban a la ciudad, lo hacen con movilidad particular, otras vías de acceso como Pacaipampa y el Ecuador, prefieren continuar su viaje sin visitar la Oficina, el resultado ante esto es no contar con un registro exacto de los turistas.

La planta turística con la que cuenta la provincia de Huancabamba es limitada, ya que no cuenta con una amplia variedad de infraestructura turística, como también es en el caso de los distritos, la gran mayoría no cuentan con servicios de restaurantes, alojamiento y transporte, además de este gran problema en épocas de fiestas los precios de las habitaciones y alimentación aumentan hasta en un 100% y los servicios de restaurantes, alojamiento y transporte no son suficientes para cumplir la demanda que se ve notable en las fiestas patronales.

Imagen N°08 :Diagrama de Contexto



2.2.3 ANÁLISIS INTERNO

2.2.3.1 RECURSOS Y CAPACIDADES

A. Evaluación de Atractivos Turísticos

Tabla N° 20: Recursos Turísticos en la Provincia de Huancabamba

Nombre del atractivo	Tipo del atractivo	Descripción	Actividades	Estado
Cerro “WITILIGUN ”	Natural, Montaña	Importante e imponente cerro ubicado a un lado de la ciudad de Huancabamba, siendo para los pobladores un guardián de protección para su pueblo; con el aspecto de tener un color del agua los pobladores cuentan que ese sería un volcán de agua.	Caminatas, escalar,	Bueno
Cerro “PARIACACA”	Natural, Montaña	Cerro ubicado al otro extremo de la ciudad de Huancabamba, su color rojo y forma extraña se comenta que este majestuoso sería un volcán de fuego, considerado como el segundo guardián de la provincia de Huancabamba.	Caminatas, escalar	Bueno

<p>Cerro “LA VIUDA”</p>	<p>Natural, Montaña</p>	<p>Destacándose en forma piramidal sobre el luminoso horizonte huancabambino, a 3716 m.s.n.m. cerro azulado que teniendo como bastión al cerro Pashirca esconde como en un nido verde al pueblo de Són dor y en sus faldas a multitud de caseríos.</p>	<p>caminatas, escalar, turismo místico</p>	<p>Regular</p>
<p>Baños del Inca</p>	<p>Natural, Caída de Agua</p>	<p>Esta ubicada en la quebrada del linca, a 37 Km de la capital provincial, a 2350 m.s.n.m. Se llega en tres horas, en vehículo motorizado al caserío de Quinoa, de ahí se camina a la quebrada del Inca. Es una roca de aproximadamente seis metros de alto y en la parte interior, por acción misma del agua, se ha tallado una concavidad esferoidal parecida a la parte interna de un huevo que tiene 2.5 mts. y una especie de sofá tallado en la parte baja de dos metros de largo donde se recibe un chorro de agua que penetra en un conducto tallado.</p>	<p>Turismo de aventura, caminatas.</p>	<p>Regular</p>
<p>Catarata “EL CITÁN ”</p>	<p>Natural, Caída de Agua</p>	<p>Cascada de unos 45 metros de altura ubicada a 2600 msnm. distrito de Són dor mostrando una belleza deslumbrante, está rodeada de un bosque de gran valor ecológico, que alberga diversa especie de flora y fauna desaparecida en otros medios.</p> <p>Son aguas cristalinas que caen en una base cóncava formada por grandes piedras, tiene poco volumen en época de estío, lo que permite a los visitantes acercársele para recibir su</p>	<p>Escalar, turismo de aventura</p>	<p>Regular</p>

		refrescante chorro. En época lluviosa el chorro aumenta su volumen de agua grisácea y turbia.		
Los Peroles de Cascapampa	Natural, Caída de Agua	Ubicados a 3010 msnm. "Los Peroles", veinticinco pozas de forma circular y sus caídas de agua que salen de las quebradas que nacen en los puquios de los cerros de Cascapampa, los mismos que tienen un declive no muy pronunciado en esta zona pero que la corriente del agua cristalina ha agujereado hasta encontrar la roca formando pequeñas cascadas con hendiduras cóncavas y ovaladas de regular tamaño a las que se ha denominado como PEROLES; asimismo, en esta laguna se puede observar el hábitat natural de las "canganas" un ave endémica local. La belleza del paisaje resulta impresionante.	Escalar, Camina, turismo de aventura	Buena
Cascada "CHORRO BLANCO"	Natural, Caídas de Agua	Ubicada a 2750 m.s.n.m. cerca de Sapalache, se encuentra dos grandes caídas de agua, la más grande tiene aproximadamente cincuenta metros de altura y la menos esta en veinticinco metros, son de aguas cristalinas y frías. Se les da el nombre de Chorro Blanco por el vapor blanquecino que forma el agua al caer sobre las rocas. Se pueden divisar desde varios Kilómetros de distancia, es una zona apta para el turismo de aventura y	Turismo de aventura y ecológico	Regular

		ecológico		
Agua Sagrada Santa Clara	Natural, Caídas De Agua	El manantial de santa clara está ubicado a 2 km. de la ciudad de Sapalache. Fue descubierto por el Señor Manuel Jaime, en terrenos de su propiedad, indica que las aguas que alimentan a este manantial brotan directamente de una roca. Asimismo, cuando continuó la excavación, encontró una imagen de la virgen a la cual bautizó con el Nombre de "SANTA CLARA", que estaba escondida entre las rocas de donde emanaba el agua. Desde entonces a este pequeño lugar se le conoce por el nombre que lleva la sagrada imagen de la virgen. Se ha construido un pequeño santuario donde diariamente concurren personas para bañarse y curarse de sus enfermedades.	Ecoturismo, caminata, turismo de aventura.	Regular
Pscigranja Pulún	Arquitectura y	A 25 minutos de Sapalache se encuentra el caserío de Pulún, en el cual en un terreno de dos hectáreas rodeado de arboleada y pastizales se encuentra el criadero de truchas cuya carne abastece a los pobladores y visitantes. En este complejo existen diez pozas para crianza y manejo de truchas, cuatro para	Caminata, turismo vivencial.	Regular

	Espacios Urbanos	incubación, cuatro de maduración de alevines y cuatro para engorde de ejemplares y venta. Esta es directa dentro de la pesquería.		
Páramo Andino	Valles y Quebradas	Se encuentra en las partes más altas de Huancabamba a unos 3,000 msnm. en este ecosistema se presentan lluvias frecuentes, espesas neblinas, estas precipitaciones son retenidas para la materia orgánica del suelo, para liberarla luego de forma lenta y constante. Estas excepcionales condiciones han hecho posible una extraordinaria biodiversidad, convirtiéndola en un refugio de vida silvestre, con especies únicas en el mundo y en peligro de extinción.	Ecoturismo, turismo de aventura.	Regular
Bosques y Biodiversidad	Valles	El paisaje de Huancabamba se caracteriza mayormente por cultivos y bosques de especies nativas; reforestados con pino, eucalipto y cipres. Sin embargo por encima de los 2800 m.s.n.m. se conservan los bosques de neblina cuya especie predominante es el <i>quinawiro</i> o <i>pollillepys</i> también podemos encontrar diversas especies de aves, insectos y orquídeas.	Ecoturismo, turismo de aventura	Regular
Complejo de		Existen más de treinta lagunas que según testimonios locales tienen propiedades curativas, el trayecto que nos llevará hasta		

<p>Lagunas “LAS HUARINGAS”</p>	<p>Cuerpos de agua</p>	<p>las lagunas está rodeado por impresionantes paisajes naturales. Las lagunas se ubican entre los 2900 a 3900 m.s.n.m. y se encuentran aproximadamente entre dos a ocho horas, sin embargo la distancia no es obstáculo para llegar a este lugar y curar los males de los pacientes. Las lagunas más conocidas son: SHIMBE, NEGRA Y LA DEL REY.</p>	<p>Turismo de aventura, caminata. Turismo Místico</p>	<p>Regular</p>
<p>Valle de los Infiernillos</p>	<p>Valles Y Quebradas.</p>	<p>Ubicado a 6 kms al sur de la capital provincial a 45 minutos en auto, se encuentra un "valle muerto", conocido como "El Valle de los Infiernillos". No tiene un curso regular de agua sino que sus cúmulos de tierra y minerales dan impresión de Colpa, conformaciones que se asemejan a torretas de castillos y de catedrales. Sus cúmulos en un área de unos 6Km, llegan a unos 200 metros de altura. Es un paisaje impresionante de clima cálido de flora y fauna constituida por unos pequeños reptiles como las lagartijas. Su entorno próximo no es apto para la agricultura ni ganadería, como hábitat humano. Sus formaciones son producto de la erosión fluvial y eólica.</p>	<p>Turismo de aventura, caminatas</p>	<p>Regular</p>

<p>Mirador Turístico “CORAZON DE JESUS”</p>	<p>Arquitectura y Espacios Urbanos</p>	<p>Mirador natural, ubicado en toda la cúspide del cerro Witiligun, donde se encuentra la imagen del Corazón de Jesús. Desde allí se puede apreciar la ciudad de Huancabamba. Durante la semana santa, las caminatas a este cerro son muy significativas pues a lo largo del camino se encuentran catorce cruces que represan al viacrucis.</p>	<p>Escalar, caminata, turismo religioso</p>	<p>Buena</p>
<p>Paredones de Huancacarpa Alto</p>	<p>Restos y Lugares Históricos</p>	<p>Está ubicado 3000 metros de altura, se encuentra un sitio arqueológico de un estilo de construcción sencillo, los muros llegan a una altura de dos a tres metros de altura en algunos lugares y se mantienen en pie hasta la actualidad. Además el sitio es impresionante por su extensión, son diez edificaciones con aproximadamente 100 metros de largo por diez de ancho y parece que estuvieron compartimentados. Una de las plazas tiene de 100 metros de largo por 100 de ancho; construidas durante el período de ocupación inca.</p>	<p>Turismo cultural, caminata, turismo místico.</p>	<p>Mala</p>
<p>Tambo de Jicate</p>	<p>Restos Y Lugares Históricos.</p>	<p>En el caserío de Jicate bajo a 2725 m.s.n.m. los pobladores dicen que se podían ver los edificios muy bien conservados de Jicate, actualmente, se está deteriorando y perdiendo, los mismo pobladores han ido sacando las piedras para uso en sus casas, sin saber el daño que están causando.</p>	<p>Turismo cultural, caminata.</p>	<p>Regular</p>

Templo de los Jaguares de Mitupampa	Restos Y Lugares Históricos.	Se encuentra en el caserío del mismo nombre. Desde Huancabamba, dista en 19 km a casi tres horas de la ciudad, actualmente conectada por una trocha carrozable. Una gran estructura de piedra en cuyo interior destacan las figuras talladas, en roca, de una pareja de jaguares; además a su alrededor se construyeron altares para las ofrendas rituales.	Turismo cultural, turismo arqueológico, caminatas.	Regular
Sitio Arqueológico de Caxas	Restos Y Lugares Históricos.	Desde la capital de la provincia a 37.5 Km., en aproximadamente 2:30 horas, llegamos a la escuela del caserío de Caxas. A unos 500 metros se encuentra un sitio arqueológico en ruinas. Este lugar es conocido como la ciudadela incaica de Caxas, Sin embargo, fue un lugar de residencia de los Guayacundos de Caxas, y por su ubicación están ubicadas en la cultura Huancapampa.	Turismo cultural, turismo arqueológico.	Mala
Plaza de Armas de Huancabamba	Arquitectura y Espacios Urbanos	La plaza principal de su centro tiene en su centro, desde 1945, la escultura de LA SAMARITANA que representa la hospitalidad de la provincia de Huancabamba, esta escultura es una obra del artista JIBAJA CHE.	Turismo cultural, turismo arqueológico.	Regular

<p>Iglesia San Pedro de Huancabamba</p>	<p>Arquitectura y Espacios Urbanos</p>	<p>Templo de corte colonial que está edificado sobre un terraplén al lado sur oeste de la plaza principal de la ciudad. Los cimientos son de piedra. La torre por alcanzar gran altura ha sido dispuesta como mirador turístico, la misma donde está instalado el Reloj de Cuerda público desde 1894 y las campanas de la época Colonial. En su interior guarda las sagradas imágenes de la Santísima Virgen del Carmen y otras imágenes de valor religioso. La construcción se inició en el año 1767.</p>	<p>Turismo arquitectónico, turismo religioso.</p>	<p>Buena</p>
<p>Museo Religioso Virgen del Carmen</p>	<p>Arquitectura y Espacios Urbanos</p>	<p>Está ubicado en unos de los ambientes parroquiales, a una cuadra de la Plaza mayor La Samaritana, en su interior se hallan prendas originales, valiosas y de mucho valor religioso de la santísima Virgen del Carmen, patrona de la provincia de Huancabamba.</p>	<p>Turismo religioso.</p>	<p>Buena</p>
<p>Museo Mario Polía Meconi</p>	<p>Arquitectura y Espacios Urbanos</p>	<p>El Museo Mario Polía Meconi de Huancabamba se encuentra ubicado en un ambiente del segundo piso de la Biblioteca Municipal.</p> <p>Cuenta con una sala de exhibición en forma de L con un área de 8mt. de uno por cinco ancho aproximadamente, posee cuarenta piezas arqueológicas, incluidos algunos en calidad de préstamo y alrededor de 15 artesanías o réplicas. También hay una</p>	<p>Turismo arquitectónico.</p>	<p>Buena</p>

		colección de cerámicas de la cultura Huancapampa y otras de la cultura Vicus, Mochica, Lambayeque y Chimú		
Tejidos	Artesanía Y Artes	La mujer campesina de Huancabamba, aparte de sus labores domésticos y ayudar en la agricultura, se dedica a la elaboración de tejidos con técnicas heredadas de época incaica, confeccionando jergas, ponchos, anacos, mantas, alforjas, y otros confecciones.	Turismo vivencial	Buena
Festividad de la Virgen del Carmen	Festividades	<p>Se realiza del 07 al 19 de julio de cada año, es la festividad religiosa más importante de Huancabamba, cuyo día central es el 16 de julio. La festividad es organizada por la Hermandad Virgen del Carmen en coordinación con el Párroco y la Municipalidad Provincial de Huancabamba.</p> <p>La Virgen es acompañada por la tradicional danza de los Diablicos, comparsa formada por más de 20 miembros vestidos con trajes de ornamentos multicolores y que representa la lucha entre el bien y el mal. La festividad culmina el 19 de julio la población mezcla el fervor religioso con la realización de actividades cívicas, culturales, artísticas, sociales y turísticas.</p>	Turismo religioso y vivencial.	Muy buena

Festividad de la Provincia de Huancabamba	Festividad	Denominada “Semana Jubilar de Huancabamba”, que se realiza del 7 al 14 en el mes de enero, donde se realiza una serie de actividades, las celebraciones son realizadas por la Municipalidad de la Provincial de Huancabamba, quien invita a todos los Distritos y autoridades de la Región.	Turismo vivencial.	Muy Buena
Los Diablicos	Música Y Danzas	La danza de los diablicos es la más tradicional de la Provincia de Huancabamba, cuyo significado es la “lucha entre el bien y el mal”. Se compone por más de 20 miembros entre los que destacan: un ángel, un capataz, 15 a 20 diablicos y 2 a 3 burrofa. Tienen música característica, alegre, emocionante y atrayente.	Turismo vivencial.	Muy buena
Festividad de la Virgen del Carmen.	Festividades religiosas	La festividad de la Virgen del Carmen es la fiesta más importa de la provincia de Huancabamba, realizando una serie de actividades que se inicia el 1 de julio hasta el 20 de julio, siendo el día central el 16 de julio. La fiesta es en honor a la patrona de la provincia la santísima “Virgen del Carmen”, realizando una procesión donde la Virgen del Carmen recorre las principales calles de la ciudad acompañada de la danza de los diablicos y por muchos devotos que vienen huancabambinos y visitantes.	Turismo religioso	Muy buena

El Rompopo	Gastronomía	El rompopo es una las bebidas típicas de esta provincia, llamada la bebida de la amistad, del entusiasmo y de los acontecimientos especiales. Esta bebida está elaborada a base de aguardiente de caña, azúcar y huevos, adicional para dar sabor se agrega algarrobina, vainilla y canela molida.	Turismo vivencial, Turismo Gastronómico.	Muy buena
La Diamantina	Gastronomía	En esta bebida es una variante del rompopo, apropiado para servir a los niños y damas. Esta bebida está elaborada a base de aguardiente de caña, leche hervida, azúcar y huevos, adicional para dar sabor se agrega algarrobina, vainilla y canela molida.	Turismo vivencial, Turismo Gastronómico.	Muy buena
Miel de Mejico	Gastronomía	<p>“Miel de méjico”: también conocido como penca azul - un líquido dulce que se extrae del interior de las hojas de la planta de Méjico, se hace un pequeño agujero en la base de la planta y se extrae el líquido con un cucharón, este líquido se almacena. Además de sus propias facultades medicinales de la miel, cuando se consume se puede mezclar con macerados de plantas medicinales y se obtiene medicinas caseras para algunas enfermedades físicas.</p> <p>Es importante porque: La fabricación artesanal de la Miel de Mejico, es una actividad económicamente sostenible pues esta</p>	Turismo vivencial, Turismo Gastronómico	Muy Buena

		miel se vende en mercados como Piura, Trujillo, Chiclayo, Ecuador y desde allí a Colombia por intermediarios.		
Mazamorra de Sambumba con Leche	Gastronomía	La conserva es uno de los dulces típicos de la provincia de Huancabamba. Elaborada a base de pulpa de zambumba o calabaza, con camote sancochado y chancado; posteriormente se le agrega la harina gruesa de maíz y el azúcar o chancaca.	Turismo vivencial, Turismo Gastronómico.	Muy Buena
Cuy con Papas	Gastronomía	El cuy con papa es uno de los platos emblemáticos en la Provincia de Huancabamba, la forma de preparación que este plato tiene es muy particular; aún se mantienen las técnicas antiguas de preparación. Este plato es solicitado por los mismos pobladores y visitantes.	Turismo gastronómico, turismo vivencial.	Muy Buena
Gallina con Trigo	Gastronomía	La gallina con trigo, es un plato muy pedido por los pobladores, este es uno de los que la gran mayoría de huancabambinos prepara e invita a los visitantes ya sea por, fiesta, visita o en alguna ocasión muy importante para ellos.	Turismo gastronómico, turismo vivencial.	Muy Buena
		El famoso mondonguito es un plato tradicional de la provincia de	Turismo	Muy Buena

Mondonguito	Gastronomía	Huancabamba; preparado a base de mondonguito de res como su propio nombre lo dice es muy solicitado por los pobladores, es generalmente ya una costumbre para ellos, todos los domingos es ofrecido por diferentes restaurantes de la Provincia a las familias, visitantes y otros. Este ya se ha convertido en una tradición de todos los domingos y de algunos días de la semana.	gastronómico, turismo vivencia.	
Tortillas con Queso	Gastronomía	Las tortillas con queso es uno de los platos tradicionales de Huancabamba, siendo uno de los más antiguos de la provincia, las tortillas son preparadas a base de harina, huevo y aceite, luego de freírlas estas son acompañas con el queso que también es preparado ahí mismo. Las tortillas se pueden freír de dos formas; a base de aceite en un sartén común o en un perol artesanal sin aceite a base de fuego con leña, estas son llamas tortillas asadas.	Turismo gastronómico, turismo vivencial.	Muy Buena

FUENTE: Monografía Actualizada de la Provincia de Huancabamba

B. Recursos Turísticos de la Provincia de Huancabamba

➤ Laguna del Shimbe

"La Laguna Shimbe o Blanca" o conocida por la población como "Siviricucha" que significa "la que es blanca" , se ubica en el caserío de HuarHuar, centro poblado de Salalá, en el distrito de Carmen de la Frontera, provincia de Huancabamba. Está a una altitud de 3,300 msnm., en la Cordillera de Huamaní. La temperatura de las aguas de esta laguna oscila entre 5 a 7 °C, posee una profundidad máxima de 5 metros.; aunque en sus orillas la profundidad no excede 1.50 metros., permitiendo bañarse con comodidad, posee un perímetro de 1 km en su parte más ancha. La precipitación es relativamente alta aproximadamente, 900-2,500 mm/ año, el ambiente es nuboso y muy húmedo, forma parte de un complejo de más de 30 lagunas conocidas como "Huaringas" o "Huarinjas".

Imagen N° 09: Laguna del Shimbe



FUENTE: Oficina de Turismo-MPH

Laguna Negra

“La Laguna Negra”, se ubica en el distrito de Carmen de la Frontera, provincia de Huancabamba, es parte del predio rural conocido como Punta de Río, cerca de los centros poblados de El Porvenir y Selva Andina. Está a una altitud de 3,957 msnm., en la Cordillera de Huamaní. La temperatura de las aguas de esta laguna oscila entre 5 a 7 °C, posee una profundidad máxima de 3.50 m.; aunque en sus orillas la profundidad no excede 1.50 m., permitiendo bañarse con comodidad, posee un perímetro de 1 km.

Recibe el nombre de laguna Negra por el reflejo que toman sus aguas, que aparentan ser negras por los minerales que dan el color al barro y las rocas de color oscuro su lecho interior; además por estar rodeada de cerros rocosos cubiertos de pajonal que se reflejan en ella.

Imagen N° 10: Laguna Negra



FUENTE: Oficina de Turismo-MPH

➤ PISCIGRANJA DE TRUCHAS DE PULÚN

En el distrito de Carmen de la Frontera, a unos 5 kilómetros del pueblo de Sapalache, se encuentra en el caserío de Pulún, en un terreno de dos hectáreas rodeado de arboleda y pastizales se encuentra el criadero de truchas cuya carne abastece a la población de la zona, y sus alevines se trasladan a nuevos criaderos de la región principalmente.

Desde Sapalache por la trocha carrozable se accede en 10 minutos. Caminando en 25 minutos.

Imagen N° 11: Criadero de Truchas



FUENTE: Oficina de Turismo-MPH

➤ CHORRO BLANCO

Ascendiendo por la carretera del poblado de Sapalache que es capital del distrito Carmen de la Frontera, desde el puente de la misma quebrada Chorro Blanco.

Está a unos 2750 m.s.n.m, en zona de bosque nuboso.

Es necesario caminar por estrecho sendero en medio de la densa vegetación para llegar a su base, durante unos veinte o treinta minutos. Son de aguas cristalinas y frías, las que al trepidar en su choque con las rocas dan la impresión de un potente chorro blanquecino, de ahí su nombre.

Desde Sapalache se puede ir en carro o a pie practicando caminata. Hay una distancia de ocho kilómetros por carretera.

Imagen N° 12: Cascada de Chorro Blanco



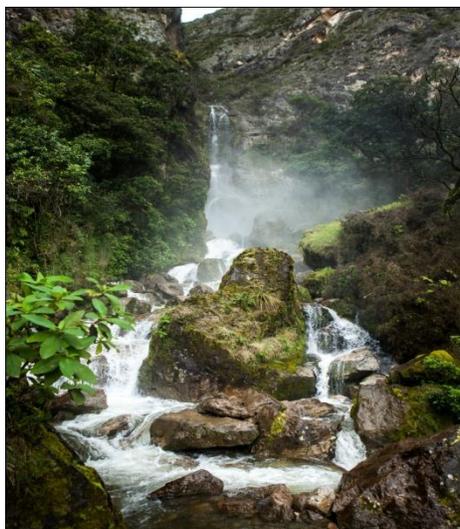
FUENTE: Elaboración Propia

➤ CATARATA DEL CITAN

Cascada de unos 45 metros. de altura en la quebrada de Curlata, distrito de Sándor se llega por vía carrozable a 45 minutos, debiendo caminar luego 01 hora muestra una belleza deslumbrante, está rodeada de un bosque de gran valor ecológico que alberga diversa especies de flora y fauna desaparecida en otros medios.

Este salto de agua de unos 45 metros de altura a 2600 m.s.n.m., aguas cristalinas que caen en una base cóncava formada por grandes piedras a un costado de la masa pétrea y que el agua bordea en su caída, tiene poco volumen en época de estío, lo que permite a los visitantes acercársele para recibir su refrescante chorro luego de trepar un cúmulo de pedruscos de regular tamaño

Imagen N° 13:Catara del Citán



FUENTE: Oficina de Turismo-MPH

➤ VALLE DE LOS INFIERNILLOS

Ubicado a 6 km. al sur de la capital provincial, recorrido a 45 minutos en auto, entre los caseríos de Agupampa, Shumaya y Tacarpo, se encuentra un "valle muerto", conocido como: "El Valle de los Infiernillos".

No tiene un curso regular de agua, por otra parte sus cúmulos de tierra y minerales dan impresión de Colpa, conformaciones que se asemejan a torretas de castillos y de catedrales, es un paraje desértico que era transitado en la ruta del camino real de Sónдор a Tabaconas en los tiempos donde había carretera.

Sus cúmulos, en un área de unos 6 km, llegan a unos 200 metros de altura.

Imagen N° 14: Valle de los infiernillos



FUENTE: Oficina de Turismo-MPH

➤ **PEROLES DE CASCAPAMPA**

En el distrito de Sondorillo, al costado derecho de la carretera que va de Huancabamba a Piura, a 3010 msnm. Se encuentra el desvío de la carretera que asciende a unos 175 metros más hacia "Los Peroles", 25 pozas de forma circular y sus caídas de agua, que salen de las quebradas que nacen en los puquios de los cerros de Cascapampa, los mismos que tienen un declive no muy pronunciado en esta zona pero que la corriente del agua cristalina ha horadado hasta encontrar la roca formando pequeñas cascadas con hendiduras cóncavas y ovaladas de regular tamaño a las que se ha denominado como PEROLES.

Imagen N° 15: Peroles de Cascapampa



FUENTE: Elaboración Propia -MPH

➤ TEMPLO DE LOS JAGUARES

El Templo de los Jaguares en Mitupampa, se encuentran en el caserío del mismo nombre que pertenece a la comunidad campesina Francisco Santa Cruz Huamán. Desde Huancabamba, dista en 19 km a casi 3 horas de la ciudad, actualmente conectada por una trocha carrozable. Este sitio arqueológico fue descubierto por el Arqueólogo, Antropólogo, sociólogo e historiador Dr. Mario Polía Mecconi, le dio el nombre de Templo de los jaguares.

Conocido así por las imágenes de 2 jaguares (hembra y macho) labradas sobre bloques de roca caliza en el interior del templo, el mismo que data de los siglos I y/o II ac. Al parecer el grupo étnico que construyó este espacio ritual rendía culto al jaguar, como Dios Tutelar. Ambos jaguares representan, el carácter animista, es decir, atribuye características humanas a las cosas y/o animales

Imagen N° 16: Templo de los Jaguares



FUENTE: Oficina de Turismo-MPH

C. Evaluación de la Planta Turística

1. Evaluación de Establecimientos de Hospedajes de la Provincia de Huancabamba¹⁵

El servicio de hospedaje en la provincia de Huancabamba en cierta manera es limitado, esto se ve reflejado cuando en la zona hay más afluencia de turistas y los establecimientos no pueden abastecer a todos los visitantes.

En épocas de fiesta la cantidad de hospedajes no son suficientes para toda la afluencia de visitantes, muchas veces se ha visto que duermen en las mismas camionetas en las que llegan y esto genera una gran molestia para ellos. A continuación se mencionan se mencionan algunos establecimientos:

¹⁵Información obtenida en la Oficina de Turismo de la Municipalidad Provincial de Huancabamba

Tabla N° 21: Prestadores de Servicio de Alojamiento

<u>ESTABLECIMIENTO</u>	<u>DIRECCIÓN</u>	<u>TELEFONO</u>	<u>TARIFAS DE LAS HABITACIONES</u>
Hotel "GARU'S"	AV. Centenario N° 211	RPM: *682775 RPM: *685061 FIJO: 073-473697	✚ Doble S/. 100.00 ✚ Matrimonial S/. 80.00 ✚ Suite's S/. 140.00
Vivienda Hospedaje "EL PANORAMICO"	Calle Ayabaca N° 143	RPM: #975553842 RPM: *637165	✚ Simple S/. 40.00 ✚ Doble S/. 60.00 ✚ Triple S/. 80.00 ✚ Matrimonial S/.50.00 - 60.00 ✚ Vip S/. 120.00
Hospedaje "EL DANUBIO"	Calle Grau N° 206	FIJO: 073-473200	✚ Simple S/. 20.00 ✚ Doble S/. 40.00 ✚ Triple S/. 60.00 ✚ Matrimonial S/. 60.00
Hospedaje "EL DORADO"	General Medina N° 116	FIJO: 073- 473016	✚ Simple S/. 15.00 ✚ Doble S/. 26.00 ✚ Triple S/. 39.00 ✚ Matrimonial S/. 26.00

Hospedaje "SAN PEDRO"	A.V. Centenario N° 200- 204	FIJO: 073-473697	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Simple S/. 20.00 ✚ Doble S/. 40.00 ✚ Triple S/. 60.00 ✚ Cuádruples S/. 80.00 ✚ Quíntuples S/. 100.00
Hospedaje Turístico "VIRGEN DEL CARMEN"	Calle Grau N° 515	FIJO: 073- 473017	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Simple S/. 35.00 ✚ Doble con Baño S/. 60.00 - 70.00 ✚ Triple con Baño S/. 80.00 - 90.00 ✚ Matrimonial S/. 50.00 ✚ Simple sin Baño S/. 25.00 ✚ Doble sin Baño S/. 40.00
Hospedaje "SEÑOR DE LA BUENA ESPERANZA"	Calle Pueblo Nuevo N° 226	968832810	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Simple S/. 30.00 ✚ Doble S/. 60.00 ✚ Triple S/. 80.00 ✚ Matrimonial S/. 80.00

FUENTE: Elaboración Propia

2. Evaluación de Restaurantes en la Provincia de Huancabamba

Los restaurantes en la provincia de Huancabamba son escasos y de calidad no muy alta, el servicio que estos brindan no es la adecuada para el cliente; son pocos los restaurantes que brindan un servicio adecuado a los comensales, no encontrándose en un nivel de categorización según reglamento; solo funcionan como establecimiento de servicio al cliente.

Cuando la localidad se encuentra en época de fiesta, los establecimientos de restaurantes no son suficientes para poder abastecer a todos los comensales, esto se ve reflejado en la molestia e insatisfacción de los visitantes.

A continuación la cantidad de establecimientos de restaurantes:

Tabla N° 22: Prestadores de Servicios de Restaurantes

<u>ESTABLECIMIENTO</u>	<u>DIRECCIÓN</u>	<u>TELÉFONO</u>
Restaurante Pollería Marisquería "EL TIBURÓN"	AV. Centenario N° 211	RPM:*682775 - *685061 FIJO: 073-473697
Restaurante "SABOR NORTEÑO"	Calle 2 de Mayo N°209	975477334
Restaurante "EL SEMBRADOR"	Calle San Martin	-----
Restaurante Peña Turística "EL ARTISTA"	AV. Centenario N°206	FIJO: 073- 473319
Restaurante "EL LIDER"	Calle El Puente N° 323	FIJO: 073- 473202
Restaurante "PIURANITOS"	Calle Grau N° 218	FIJO: 073- 671712
Restaurante Juguería y Pollería "EL CONDOR PASA"	Calle Huáscar N° 415-417	FIJO: 073- 492169
Recreo Campestre "EL REFUGIO"	La Perla S/N	969480534
Restaurante Campestre "L.A"	Quispampa Bajo S/N	968424177

Pollos Brasa "LA PERLA DEL CHIRA"	Calle Grau N° 300	FIJO: 073-473751
Bar Marisquería "VIRGEN DEL CARMEN"	Calle El Puente N° 331	FIJO: 073- 492130
Bar Marisquería "BRISAS DEL RÍO HUANCABAMBA"	Calle El Puente N°320	-----
Bar Restaurante "LOS JAIMITOS "	Calle Unión N°311	FIJO: 073- 473191
Bar Marisquería "BELLA VISTA"	Calle Ayabaca N°553	968499048
Bar Recreo "LA CHOZA"	Barrio Jibaja Che N°100	FIJO: 073- 492150
Restaurante Campestre "Quinta Pintado"		

FUENTE: Oficina de Turismo- MPH

3. Evaluación de las Empresas de Transporte

Los medios de transporte de Huancabamba se podría categorizar en dos tipos, el primero es el medio de transporte de salida diaria de buses Huancabamba – Piura y viceversa, donde diariamente se realizan salidas con una demanda equilibrada de pasajeros.

Y el segundo son los servicios de transporte urbano; encargados de trasladar a visitantes y pobladores a los distritos y caseríos de la provincia.

Huancabamba cuenta con transporte turístico, aún no hay una empresa que se dedique exclusivamente al servicio de transporte turístico según reglamento.

A continuación los servicios de transporte:

Tabla N° 23: Prestadores de servicios de Transporte

<u>EMPRESA</u>	<u>DIRECCION</u>	<u>TELEFONO</u>	<u>RUTA</u>
Transporte "EL PESCADITO"	Terminal Terrestre	969814789 FIJO: 073- 473022	 Piura  Huancabamba  Sálala  Las Huarinas
Empresa de Transporte "CIVA"	Terminal Terrestre	FIJO: 073- 696198	 Huancabamba - Piura  Piura - Huancabamba  Huancabamba - Chiclayo  Chiclayo - Huancabamba
Empresa de Transporte "SAN PEDRO Y SAN PABLO"	Terminal Terrestre	FIJO: 073- 473617 073- 349271	 Huancabamba - Piura  Piura - Huancabamba
Empresa de Transporte "TURISMO EXPRESS"	Terminal Terrestre	968827840 FIJO:073-473320 RPM:*309840	 Huancabamba - Piura  Piura - Huancabamba
Empresa de Transporte "NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN"	Terminal Terrestre	980347158 RPM:#948678493	 Huancabamba - Piura  Piura - Huancabamba

FUENTE: Oficina de Turismo- MPH

D. Infraestructura Turística

1. Vías de Acceso

La ruta Piura – Huancabamba de 214 km. Parte desde el terminal terrestre de Castilla (Piura), cubre la distancia hasta Huancabamba, cuenta con cuatro agencias de transporte público como son: Turismo Express del Norte, San Pedro y San Pablo, Civa, Virgen del Carmen. La vía sigue la antigua Panamericana Norte; a la altura del Km. 65 se desvía siguiendo la carretera Antonio Raymondi hasta Huancabamba.(La Torre, 2008)

En su trayecto se ubican los pueblos de, Cruz de Caña, Km. 50, Km. 65, Carrasquillo, Pueblo Nuevo, Buenos Aires, Huales, Malacasí, La Alberca, Palo Blanco, Serrán, Las Huacas, Chanro, Loma Larga, Loma Alta, Santa Rosa, Canchaque, Palambra, El Tambo, Ulpamache, Cascapampa y la llegada en Huancabamba.

E. Análisis de Recursos y Capacidades

1. Calendario de las Actividades del Lugar

➤ Aniversario de Huancabamba

Huancabamba fue creada mediante Ley el 14 de enero de 1865, lo que significa que todos los años esta fecha es motivo de celebración para todos los pobladores y los 8 distritos que pertenecen a la provincia de Huancabamba como son: Sondorillo, Sónдор, Huarmáca,

Lalaquiz, Carmen de la Frontera, Canchaque, San Miguel del Faique y la provincia del mismo nombre.

➤ **Semana Santa**

La semana santa en Huancabamba, es una celebración muy vivida con fervor por casi todos los pobladores católicos; la celebración tiene un actividad muy peculiar; hay un cerro llamado el Witiligün, todos los años en época de semana santa es visitado por todos los lugareños, que realizando una caminata de dos horas van rezando cada cruz que se encuentra subiendo el cerro, significando las catorce estaciones de toda la historia donde Jesús fue crucificado.

➤ **Fiesta Patronal Virgen del Carmen**

Festividad que se realiza del 07 al 19 de julio de cada año, es la más importante de la provincia de Huancabamba, cuyo día central es el 16 de julio. Organizada por la Hermandad Virgen del Carmen en coordinación con el Párroco y la Municipalidad Provincial de Huancabamba, se inicia con novenas 08 días antes del día central en la Iglesia San Pedro, las celebraciones son emotivas y llenas de fe con participación de instituciones públicas, privadas y población en general.

Trajes de ornamentos multicolores y que representa la lucha entre el bien y el mal.

➤ **Fiesta del Señor Cautivo de Ayabaca**

La fiesta del Señor Cautivo de Ayabaca, es una festividad de mucho fervor religioso para la población Huancabambina; cada año se celebra esta fiesta en diferentes puntos de la ciudad, esta celebración dura casi una semana; donde las familias que organizan este evento invitan y reciben a cualquier persona que desee ser partícipe de es

2.2.4 ANALISIS ESTRATÉGICO

A. FORTALEZAS

- Diversidad de flora y fauna.
- Costumbres ancestrales, facilitando la labor agrícola.
- Variedad de platos tradicionales.
- Diversidad de atractivos, naturales, culturales y gastronómicas.
- Amabilidad de los pobladores para con los visitantes
- Abundante materia prima para la elaboración de platos típicos.
- Ecosistema cálido y variado

B. DEBILIDADES

- Mal estado de la carretera ruta Huancabamba – Piura.
- Falta de protección y cuidado a distintos recursos turísticos.
- Falta de identidad gastronómica por parte de los pobladores.
- Falta de inversión por parte de las autoridades al rubro gastronómico.
- La poca preparación de los platos tradicionales en los restaurantes.

- Falta de personas capacitadas para brindar información turística.

C. OPORTUNIDADES

- Presencia de ONG (Iamamc. Detec. y Care Perú)
- Incremento del flujo de turistas nacionales e internacionales
- Intervención del plan binacional, permitiendo la ejecución de proyectos de desarrollo local.
- Interés del Ministerio de Agricultura en desarrollo de proyectos de desarrollo ganadero y agrícola.
- La importancia que está tomando hoy en día la gastronomía.
- Muy poca competencia que ofrezca un producto similar en la zona.

D. AMENAZAS

- Presencia de lluvias intensas, vientos fuertes y heladas en determinadas épocas del año perjudicando el desarrollo de los cultivos.
- Presencia constante de plagas y enfermedades.
- Asignación presupuestal limitada por parte del Gobierno Regional.
- Gustos y preferencia por parte de los pobladores por preparación de platos no tradicionales.
- Presencia de explotación minera
- Una futura competencia

CAPITULO III

**PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE
RESULTADOS**

3.1 ESTADIO I: SITUACIÓN NO ESTRTURADA

SITUACIONES PERCIBIDAS POR CADA PLATO

- a. Se ha podido observar que hay algunos cocineros en la provincia de Huancabamba que mantienen una tradición muy peculiar en la preparación de uno de los platos típicos; esto se observó en el plato de “cuy con papa”, cuando se empieza a freír el cuy se le coloca una piedra encima del cuy aplastándolo contra el perol con aceite; esta piedra comentan los cocineros de la zona que es herencia familiar y que esto le da un sabor diferente al cuy y que ese es el secreto de su sabor.

Imagen N° 17:Preparación Cuy con Papa



FUENTE: Portal MPH

- b. Para la preparación de los dulces preparados a base de leche, hay dos hierbas en, una es poleo del pasmo o *Pulegium* que dicen es para que no te de viento (enfermedad que da a base del aire) también la hierba de la ventosidad *hyptis Rhomboidea* para evitar malestares estomacales y evitar olores nauseabundos.

Imagen N° 18: Hierbas del: poleo y ventosidad



FUENTE: Elaboración Propia.

- c. En la preparación de las tortillas, hay un punto muy importante que se debe resaltar; en el momento de amasar se dice que para poder conseguir un mejor resultado, tanto en suavidad, textura y sabor en este platillo, de debe realizar esta tarea por más de una hora combinado con muchos golpes fuertes, la harina debe llegar a obtener un punto de consistencia y suave.

Imagen N° 19: Amasar la Harina



FUENTE: Elaboración Propia.

- d. Comentan los ancianos del lugar que para la preparación de algunos platos de comida hay una manera muy peculiar de prepararlos; se dice que la comida del campo es más sabrosa, pues hay un método para obtener este resultado, utilización de ollas de barro es la mejor técnica para que la comida adquiera un mejor sabor y eso solo se puede

conseguir con una buena sazón, como hacerlos y muy importante “saber” en qué cocinarlos.

Imagen N° 20: Olla de Barro



FUENTE: Elaboración Propia.

- e. La preparación del famoso plato de frito, contiene hígado de cerdo, comentan algunas señoras que en la preparación del hígado es mejor aplastarlo con las manos y no molerlo pero eso es un consejo que se da para que tenga mejor consistencia.

Imagen N° 21:Cocinar a mano



FUENTE: Oficina de Turismo

3.2 ESTADIO II: SITUACION ESTRUCTURADA

En esta parte de la investigación, se detalla el paso a paso de la elaboración de los diferentes platos tradicionales de la provincia de Huancabamba, mostrando insumos, preparación, tiempos y el costo de cada uno de ellos.

Se busca obtener como resultado, que los 14 platos presentados sean conocidos por cada poblador, consiguiendo el interés y curiosidad por conocer más estas delicias, rescatando las costumbres, tradiciones y sabores de la gastronomía serrana.

Los aspectos nutricionales de los platos, están medidos por porción a cada uno; la composición nutricional informará las medidas exactas con las que se está trabajando para la preparación de cada uno de los platos de la receta.

El recetario esta direccionado a orientar e informar a las personas interesadas, en promover la preparación y presentación de platos oriundos del pueblo desarrollando una nueva alternativa de negocio en diferentes sectores, principalmente en el sector turismo.

A. ANALISIS DE LOS INSUMOS Y EL RECETARIO

CEVICHE DE CARNE 06 PORCIONES		
PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA
RES	ENTRADA	MACERADO
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO
LOMO FINO	1/2 KG.	
ZARANDAJA SANCOCHADA	1/4 KG.	
CHOCLOS	3 UNIDADES	
MAÍZ	1/8 KG.	
CEBOLLA	1/4 KG.	
LIMONES	15 UND.	
CULANTRO	1 RAMA	
ACEITE	1/8 KG.	
AJINO MOTO	UNA PISCA	
SAL	AL GUSTO	
		MONTAJE
		SERVIR CON PAPA, CANCHA Y SARANDAJA
ELABORACIÓN		
<p>Se corta la el lomo fino en cuadros pequeños, se le incorpora agua caliente por unos minutos luego enjuagar con agua fría hervida. Cortar la cebolla en juliana, picar el culantro; mezclar la carne, la cebolla, exprimir los limones, el ajino moto, sal al gusto. En un sartén con aceite bien caliente freír el maíz hasta que tome su punto. Servir el ceviche acompañado de la zarandaja, el choclo sancochado desgranado con el maíz frito</p>		
OBSERVACIÓN		
<p>El famoso ceviche de carne es un plato que se ha convertido en un platillo muy representativo en la Provincia de Huancabamba. Por la forma de preparación este tipo de ceviche es muy solicitado por pobladores y visitantes por el hecho de ser a base de carne de res este ceviche está sobresaliendo más que los de pescado.</p>		

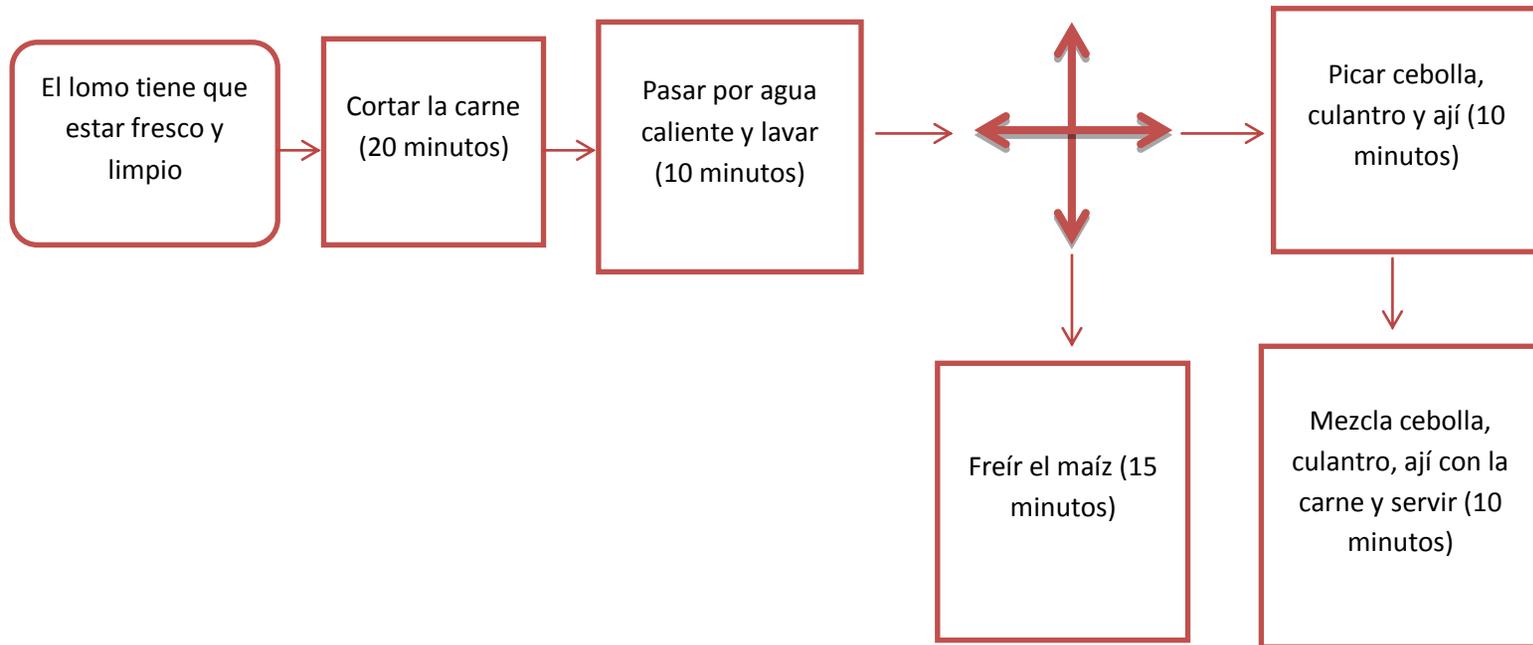
TABLA NUTRICIONAL DEL CEVICHE DE CARNE

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL CEVICHE DE CARNE (1 PORCIÓN)

CodAli	ALIMENTO	Peso	E°	Agua	Prot A	Prot V	Grasa A	Grasa V	Carboh	Fibra	Calcio	P	Hierro	Retinol	B1	B2	Niacina	Vit C
62	Vacuno Carne, pulpa	21.0	22.1	15.9	4.5		0.3				3.4	43.7	0.7		0.0	0.0	1.4	
598	Sarandaja	42.0	151.2	4.6		9.5		2.3	24.1		58.8	151.2	1.7		0.1	0.1		0.5
188	Fresco. Choclo	50.0	64.5	33.7		1.7		0.4	13.9	0.8	4.0	56.5	0.4		0.1	0.0	0.7	2.4
1220	Maiz Tostado c/aceite (cancha)	20.0	70.6			1.3	0.6		15.9									
467	Limón, jugo de	50.0	15.0	44.7		0.3		0.1	4.9		9.0	7.0	0.3		0.0	0.0	0.1	22.1
1145	Culantro	2.0	0.9			0.1	0.0		0.1									
1058	Aji-No-Moto	1.0																
287	Aceite vegetal de algodón	20.0	176.8					20.0										
1060	Sal iodada	3.0																
	TOTAL	209	501	98.9	4.5	12.7	0.9	22.8	58.8	0.8	75.2	258.4	3.0	0.0	0.2	0.2	2.2	25.0

1. FLUJOGRAMA DEL CEVICHE DE CARNE

Imagen N° 22:Flujograma de Procedimiento



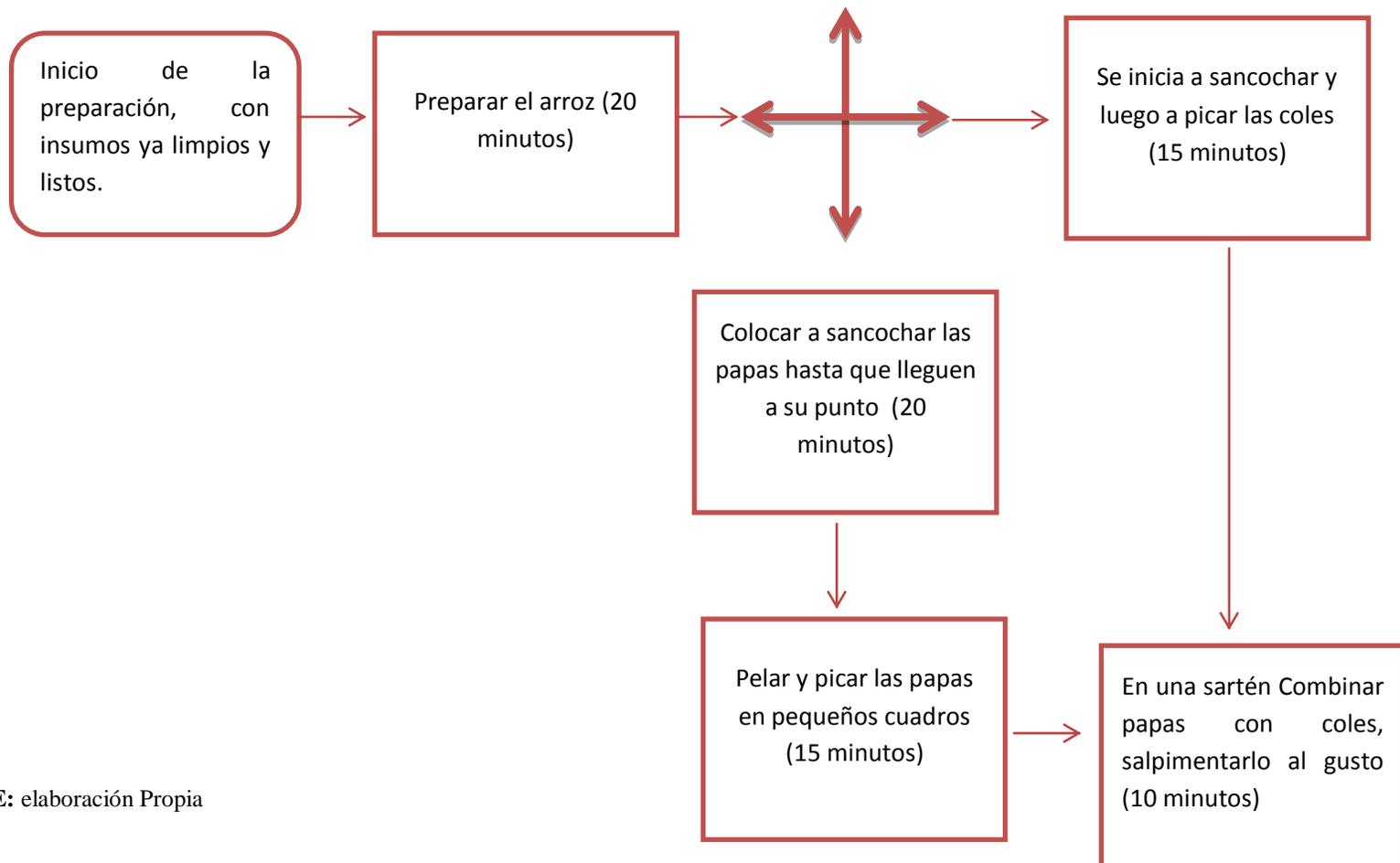
FUENTE: Elaboración Propia

PAPAS CON COLES 06 PORCIONES

PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA
VEGETAL	ENTRADA	SANCOCHADO
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO
		
ARROZ	1 KG	
PAPA	2 KG.	
COLES	300 GR.	
ACEITE	1/4 DE LT	
CEBOLLA GRANDE	UNIDAD	
SAL Y COMINO	AL GUSTO	
AJO	1 CDTA.	
		MONTAJE
ELABORACIÓN		
<p>Preparar el arroz blanco; sancochar las papas con sal luego cortarlas en cuadros pequeños. Lavar las coles y ponerlas a sancochar por unos 3 minutos luego enjuagar con agua fría, cortarlas en tiras finas. En un sartén colocar aceite, cebolla picada, echar las coles sofreírlas, incorporar las papas, mezclar e incorporar sal y comino. Servir con arroz.</p>		
OBSERVACIÓN		
<p>Las papas con coles es un plato de muy fácil preparación; preparado generalmente por las personas que siembran y cosechan los insumos a utilizar en este plato. Las familias lo preparan normalmente en los desayunos o cenas para sus familiares o visitantes</p>		

2. FLUJOGRAMA PAPAS CON COLES

Imagen N° 23:Flujograma de Procedimiento



FUENTE: elaboración Propia

SOPA DE TRIGO 06 PORCIONES

PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA	
HARINAS	PLATO DE ENTRADA	SANCOCHADO	
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO	
TRIGO CRUDO SEMI MOLIDO	1/4 KG		
CUERO DE CERDO	1/4 KG		
CARNE DE CERDO	1/4 KG		
RAMA DE ORÉGANO	1 RAMA		
RAMA DE HIERBA BUENA	1 RAMA		
PAPA	1/2 KG.		
ACHIOTE	2 CDTAS.		
CEBOLLA	UNIDAD		
ACEITE	1 CDTA		
AGUA	2 LT		
AJO	1/2 CDTA		
SAL	AL GUSTO		
			MONTAJE

ELABORACIÓN

En una olla echar agua añadiendo el trigo, el cuero de cerdo, la carne de cerdo en trozos, rama de perejil, rama orégano y dejar hervir, cuando este hirviendo agregar las papas. Aparte en un sartén se echa el aceite, cebolla picada, el ajo y achote, sofreír y luego echarlo a la sopa, sal al gusto. Servir caliente

OBSERVACIÓN

La sopa de trigo, es un plato que se ve generalmente en zona rural de Huancabamba; se come muy consecutivamente por los pobladores en fechas de cosecha siendo aprovechado en todas las zona de la Provincia de Huancabamba. Prepara muy sanamente, este plato es uno de los más presentados por los pobladores cuando tienen alguna visita en casa

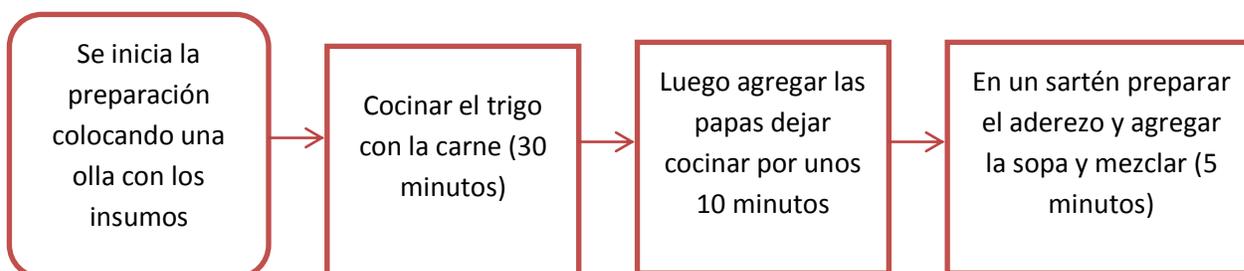
TABLA NUTRICIONAL DE SOPA DE TRIGO

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LA SOPA DE TRIGO (1 PORCIÓN)

CodAli	ALIMENTO	Peso	E°	Agua	Prot A	Prot V	Grasa A	Grasa V	Carboh	Fibra	Calcio	P	Hierro	Retinol	B1	B2	Niacina	Vit C
224	Trigo resbalado crudo	42.0	149.1	5.7		4.8		0.8	30.2	0.5	7.1	125.6	2.0		0.1	0.1	2.1	1.9
1117	Cerdo (Chuleta) Pellejo	42.0	205.8		5.7		20.1											
41	Cerdo Carne. pulpa	44.0	87.1	30.4	6.3		6.6				5.3	104.7	0.6		0.4	0.1	2.2	
371	Orégano	1.0	0.5	0.9		0.0		0.0	0.1	0.0	3.1	0.5	0.1	17.5	0.0	0.0	0.0	0.1
355	Hierba buena (3)	2.0	0.7	1.7		0.1		0.0	0.1	0.1	4.1	1.4	0.2	21.9	0.0	0.0	0.0	0.0
418	Papa blanca	84.0	81.5	62.6		1.8		0.1	18.7	0.5	7.6	39.5	0.4	2.5	0.1	0.1	1.4	11.8
556	Achiote seco	10.0	33.4	0.6		0.7		0.5	7.8	1.5	12.0	11.6	0.6	6.1	0.0	0.0	0.2	0.7
972	Ajos Molidos, con sal	2.5	2.3	1.3	0.1		0.0		0.5	0.0								
1060	Sal iodada	3.0																
	TOTAL	230.5	560	103.2	12.1	7.3	26.8	1.3	57.4	2.6	39.2	283.2	3.8	48.0	0.6	0.2	5.9	14.5

FLUJOGRAMA DE SOPA DE TRIGO

Imagen N° 24:Flujograma de Procedimiento



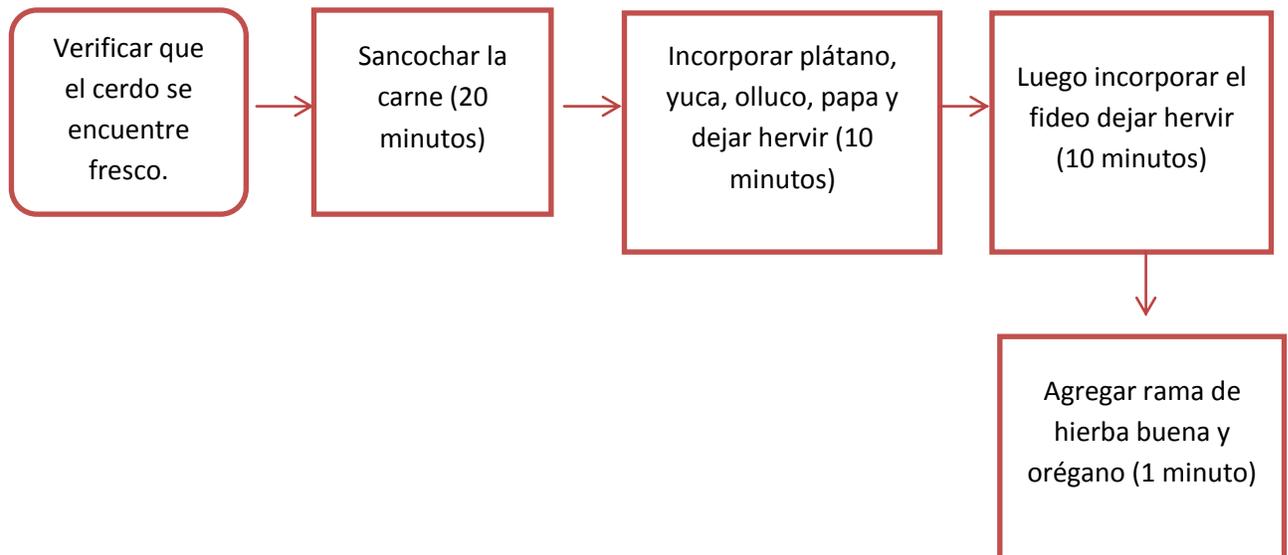
FUENTE: Elaboración Propia

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL SANCOCHO (1 PORCIÓN)

CodAli	ALIMENTO	Peso	E°	Agua	Prot A	Prot V	Grasa A	Grasa V	Carboh	Fibra	Calcio	P	Hierro	Retinol	B1	B2	Niacina	Vit C
41	Cerdo Carne. pulpa	83.0	164.3	57.4	12.0		12.5				10.0	197.5	1.1		0.7	0.1	4.2	
511	Plátano verde (3)	80.0	121.6	45.6		0.8		0.2	32.7	0.6	6.4	34.4	0.4	104.0	0.1	0.1	0.5	8.3
430	Yuca blanca	83.0	134.5	48.9		0.7		0.2	32.6	0.9	20.8	43.2	0.4	0.8	0.0	0.0	0.6	25.5
857	Fideos secos Al huevo	42.0	157.1	4.4	5.3		1.1		31.0	0.2								
416	Olluco	42.0	26.0	35.2		0.5		0.0	6.0	0.3	1.3	11.8	0.5	2.1	0.0	0.0	0.1	4.8
355	Hierba buena (3)	5.0	1.7	4.3		0.2		0.1	0.4	0.1	10.3	3.5	0.5	54.7	0.0	0.0	0.1	0.1
371	Orégano	2.0	1.0	1.7		0.0		0.0	0.2	0.0	6.2	0.9	0.2	35.0	0.0	0.0	0.0	0.2
337	Col blanca	42.0	9.7	39.1		0.5		0.1	2.0	0.3	19.3	19.3	0.2	0.4	0.0	0.0	0.1	13.2
1141	Acelga	42.0	23.5			2.0	0.3		2.7									
1060	Sal iodada	3.0																
	TOTAL	424	639	236.6	17.2	4.7	13.9	0.6	107.7	2.6	74.2	310.6	3.2	197.1	0.9	0.3	5.6	52.1

3. FLUJOGRAMA DEL SANCOCHO

Imagen N° 25:Flujograma de Procedimiento



FUENTE: Elaboración Propia

TORTILLAS CON QUESO 06 PORCIONES

PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA
HARINAS	ENTRADA	FRITURA
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO
HARINA	1/2 KG.	
HUEVOS	4 UNIDADES	
ACEITE	1/2 LT	
QUESO FRESCO	1/4 KG.	
TAZA DE AGUA	1/2 TZ	
SAL	AL GUSTO	
		MONTAJE

ELABORACIÓN

En un tazón echar la harina, los huevos y agua tibia con sal amasar, se le va incorporando aceite de a pocos; amasar por casi 1 hora hasta que la maza este bien ligada y no romperse. Hacer pequeñas bollitos con la maza, luego moldear la masa con la yema de los dedos hasta formar un círculo plano. Colocar un perol con bastante aceite o manteca caliente y freír por ambos lados. Servir con queso fresco acompañado de un buen café caliente.

OBSERVACIÓN

Las famosas tortillas con queso, elaboradas a base de harinas y huevos, acompañada de queso y café; son la presentación ideal para fiestas, ferias y para las mesas de las familias. Las tortillas con queso en Huancabamba son las más presentadas y ofrecidas a menudo por los pobladores en sus casas a sus familiares, a visitas y presentado como plato típico de años de tradición en eventos sociales en la Provincia; acompañado del café y queso son las que las hace únicas.

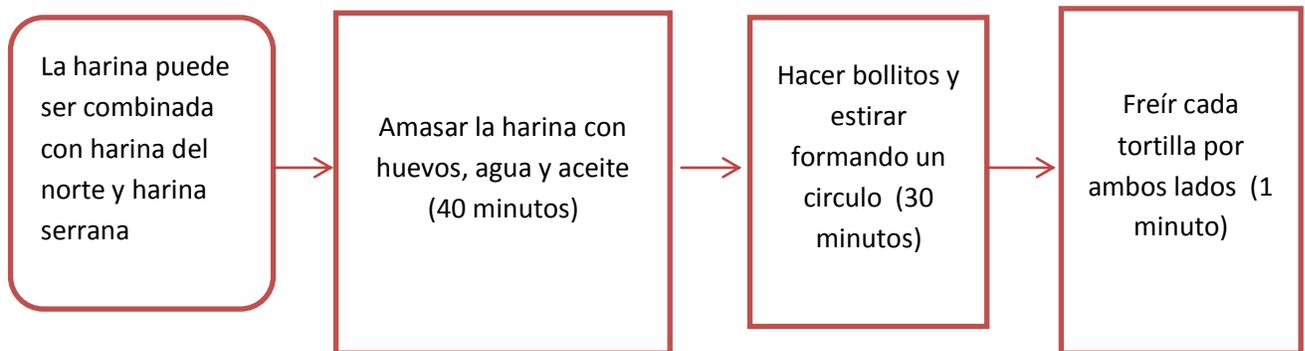
TABLA NUTRICIONAL DE TORTILLAS CON QUES

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE TORTILLAS CON QUESO (1 PORCIÓN)

CodAli	ALIMENTO	Peso	E°	Agua	Prot A	Prot V	Grasa A	Grasa V	Carboh	Fibra	Calcio	P	Hierro	Retinol	B1	B2	Niacina	Vit C
216	Harina de Trigo	83.0	298.0	9.0		8.7		1.7	62.1	1.2	29.9	89.6	0.5		0.1	0.0	0.8	1.5
21	huevo de gallina. crudo	1.0	1.4	0.8	0.1		0.1		0.0		0.3	1.9	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0
287	Aceite vegetal de algodón	83.0	733.7					83.0										
919	Queso fresco Blando, no madurado	42.0	94.5	25.7	6.7		7.1		1.0									
1060	Sal iodada	3.0																
	TOTAL	212	1128	35.4	6.8	8.7	7.1	84.7	63.1	1.2	30.2	91.6	0.5	1.0	0.1	0.1	0.8	1.5

4. FLUJOGRAMA DE LAS TORTILLAS CON QUESO

Imagen N° 26:Flujograma de Procedimiento



FUENTE: Elaboración Propia

SANGO CON QUESO 06 PORCIONES

PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA
HARINAS	PLATO DE FONDO	FRITURA
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO
		
TRIGO TOSTADO MOLIDO	1 KG	
ACEITE O MANTECA	1/4 DE LT	
AGUA	3 TZ	
AJO BLANCO	1/2 CDTA	
CEBOLLA	1/4 KG	
QUESO FRESCO	1/2 KG	
SAL Y COMINO	AL GUSTO	
MONTAJE		
		SE PUEDE AGREGAR TROSOS DE CUERO DE CERDO

ELABORACIÓN

En una cacerola colocar aceite o manteca, cebolla en cuadritos, ajo, sal, comino, freír hasta ver que la cebolla este transparente, echar el agua y dejar hervir, incorporar el trigo hasta que seque y se va soltando con aceite o manteca. Servir con una buena porción de queso y disfrutar. Si desea se acompaña con un buen café de olla.

OBSERVACIÓN

Este plato a base de harina de trigo es uno de los platillos que se da a presentar generalmente en la realización de ferias gastronómicas que se realizan fuera de la provincia; se sirve con queso fresco y café de olla o esencia de café. La preparación del plato se da mucho en los desayunos en las casas cuando hay visitantes o familiares de fuera

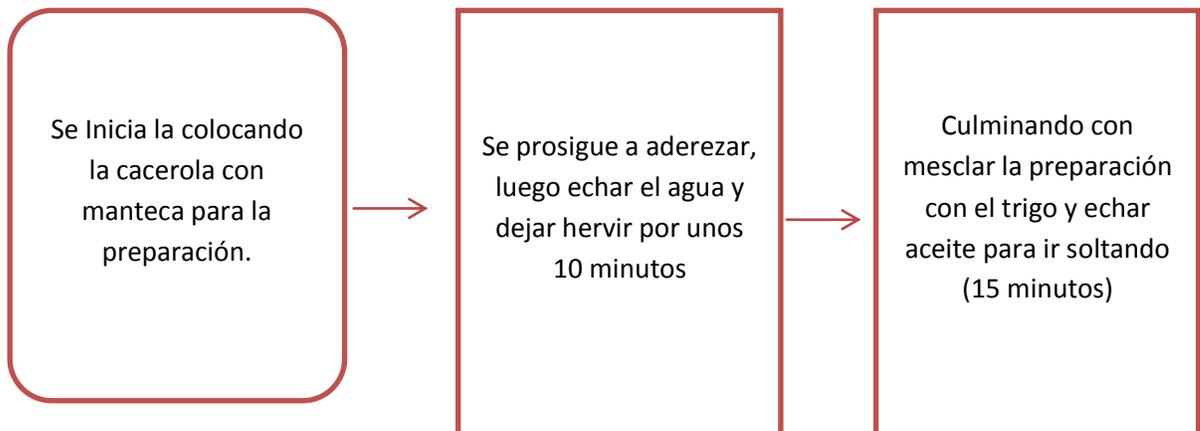
TABLA NUTRICIONAL DE SANGO CON QUESO

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE SANGO CON QUESO (1 PORCIÓN)

CodAli	ALIMENTO	Peso	E°	Agua	Prot A	Prot V	Grasa A	Grasa V	Carboh	Fibra	Calcio	P	Hierro	Retinol	B1	B2	Niacina	Vit C
222	Trigo pelado	167.0	597.9	21.0		14.0		2.3	127.1	3.3	85.2	489.3	7.7		0.4	0.3	6.4	
301	Manteca de cerdo	42.0	381.4	0.2				42.0										
972	Ajos Molidos, con sal	2.5	2.3	1.3	0.1		0.0		0.5	0.0								
1178	Cebolla	42.0	20.6			0.5			4.8									
919	Queso fresco Blando, no madurado	83.0	186.8	50.8	13.2		13.9		2.0									
567	Cominos	1.0	2.5	0.1		0.1		0.1	0.3	0.3	6.8	4.1	0.0		0.0	0.0		
1060	Sal iodada	2.0																
	TOTAL	339.5	1191	73.4	13.3	14.6	14.0	44.4	134.6	3.7	92.0	493.4	7.7	0.0	0.4	0.3	6.4	0.0

5. FLUJOGRAMA DEL SANGO CON QUESO

Imagen N° 27:Flujograma de Procedimiento



FUENTE: Elaboración Propia

TRUCHA FRITA 06 PORCIONES

PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA
PESCADO	ENTRADA	FRITURA
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO
		
TRUCHA	1 1/2 KG.	
ARROZ	1 KG	
YUCA	1 KG.	
CEBOLLA GRANDE	1/4 KG	
ACEITE	1/2 LT	
CULANTRO	UNA RAMITA	
LIMONES	5 UNIDADES	
ROCOTO	UNIDAD	
SAL	AL GUSTO	
		MONTAJE
		SERVIR CON ARROZ Y ABUNDANTE ENSALADA.
ELABORACIÓN		
<p>Preparar el arroz blanco; abrir la trucha, limpiar el interior y lavar, echar harina con sal. En un perol con bastante aceite bien caliente freír la trucha. Aparte sancochar las yucas, preparar una ensalada de cebolla picante. Servir la trucha y yuca acompañada de la ensalada de cebolla.</p>		
OBSERVACIÓN		
<p>La famosa trucha frita, en Huancabamba y alrededores es y será unos de los platos más ricos y solicitados por los pobladores; su sabor, preparación y calidad de este platillo lo hace insuperable ante otros platos. La trucha frita es presentada siempre en eventos gastronómicos como plato típico de Huancabamba, logrando la aceptación de aquellos que prueben y degusten de esta preparación.</p>		

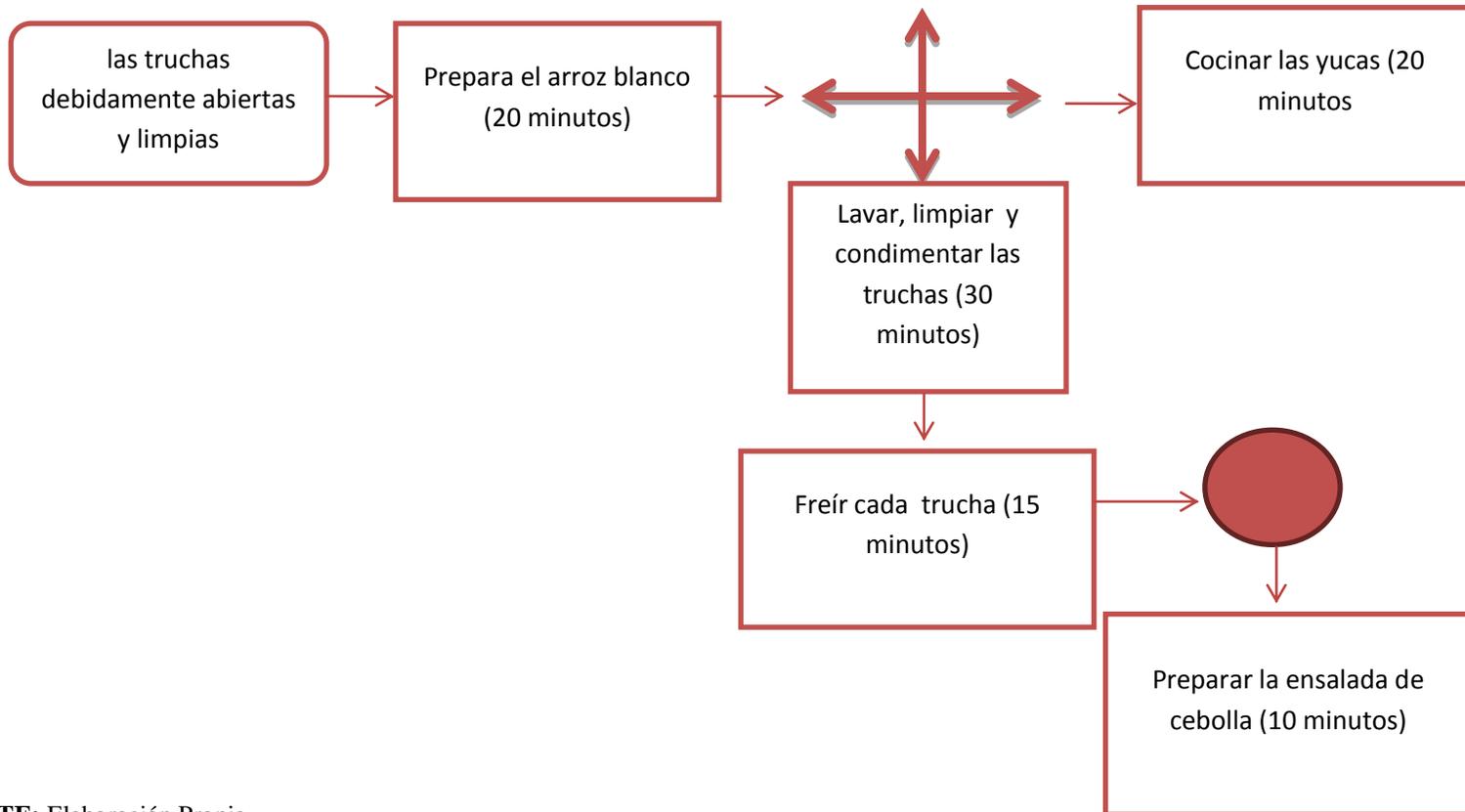
TABLA NUTRICIONAL DE TRUCHA FRITA

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LA TRUCHA FRITA (1 PORCIÓN)

CodAli	ALIMENTO	Peso	E°	Agua	Prot A	Prot V	Grasa A	Grasa V	Carboh	Fibra	Calcio	P	Hierro	Retinol	B1	B2	Niacina	Vit C
133	Trucha rosada	250.0	275.0	188.3	52.3		5.8				20.0	620.0	0.5		0.0	0.6	7.9	21.0
157	Arroz Pilado o pulido cocido	167.0	192.1	120.6		4.0		0.2	42.1	0.2	18.4	50.1	0.5				0.4	
430	Yuca blanca	167.0	270.5	98.4		1.3		0.3	65.6	1.8	41.8	86.8	0.8	1.7	0.1	0.1	1.3	51.3
1178	Cebolla	42.0	20.6			0.5			4.8									
287	Aceite vegetal de algodón	83.0	733.7					83.0										
1145	Culantro	5.0	2.2			0.2	0.1		0.4									
467	Limón, jugo de	15.0	4.5	13.4		0.1		0.0	1.5		2.7	2.1	0.1		0.0	0.0	0.0	6.6
384	Rocoto (4)	20.0	7.2	17.9		0.2		0.1	1.6	0.3	1.2	4.4	0.1	7.0	0.0	0.0	0.2	3.0
1060	Sal iodada	3.0																
	TOTAL	752	1506	438.5	52.3	6.3	5.8	83.6	115.9	2.3	84.0	763.4	2.0	8.7	0.1	0.6	9.8	81.9

6. FLUJOGRAMA DE LA TRUCHA FRÍTA

Imagen N° 28:Flujograma de Procedimiento



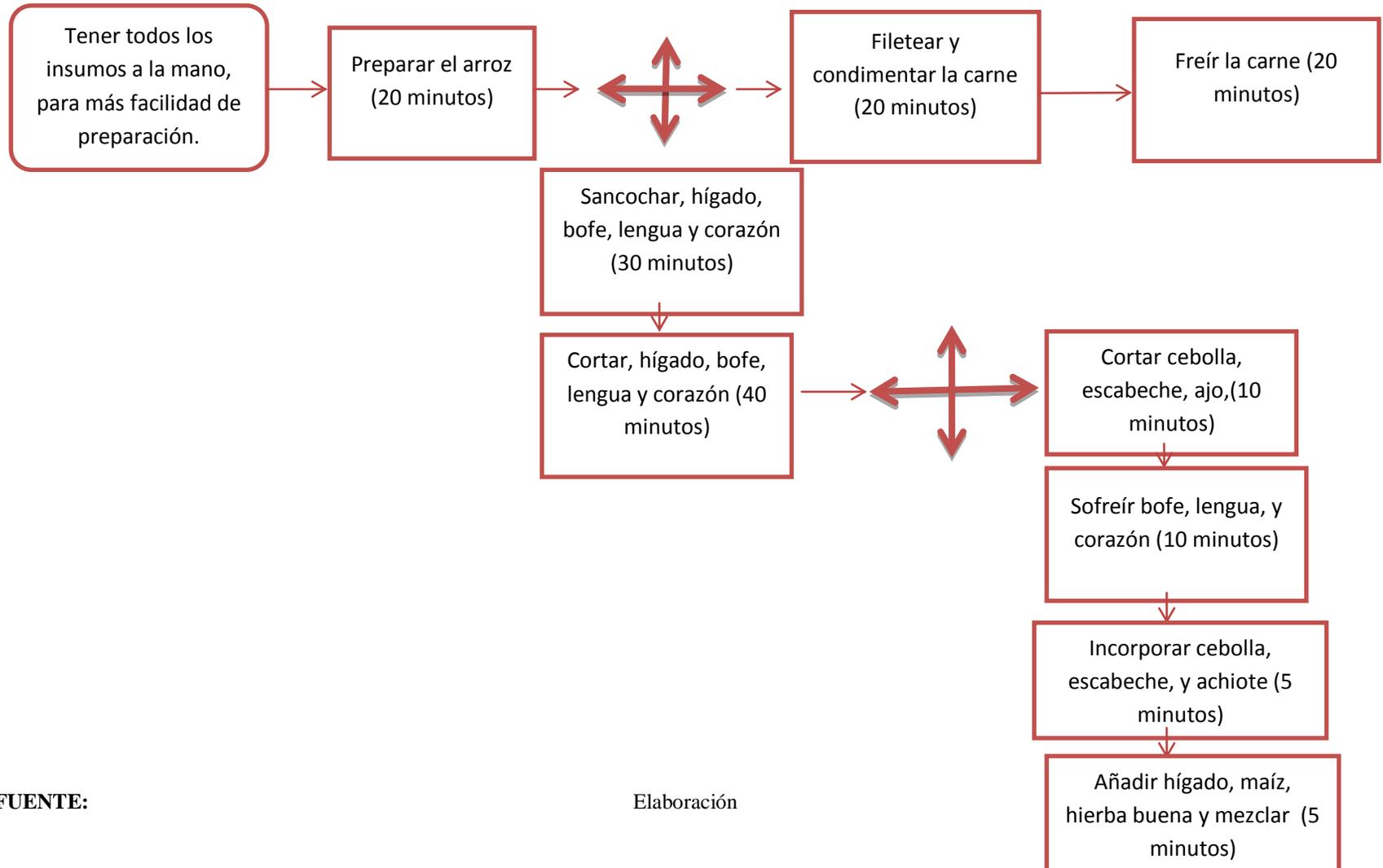
FUENTE: Elaboración Propia

FRITO 06 PORCIONES

PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA
CERDO	PLATO DE FONDO	GUISADO
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO
ARROZ	1 KG	
CARNE DE CERDO	1/2 KG.	
HIGADO	1/4 KG.	
BOFE	1/4 KG.	
LENGUA	1/4 KG.	
CORAZÓN	1/4 KG.	
MOTE MOLIDO O CHOCLO	1/2 KG.	
ACEITE	1/8 LT	
CEBOLLA GRANDE	1/4 KG.	
ESCHABECHE	4 UNIDADES	
HIERBA BUENA	1 MANOJO	MONTAJE SERVIR CON ARROZ Y PAPA SANCOCHADA
ACHIOTE	2 CDTAS.	
AJO	1 CDA	
SAL Y COMINO	AL GUSTO	
ELABORACIÓN		
Preparar el arroz blanco; cocinar el hígado, el bofe, la lengua y el corazón; cuando ya estén sancochados picar el bofe, la lengua y el corazón en cuadros pequeños, moler el hígado; la cebolla, el escabeche y la hierba buena picarlos. En una olla colocar aceite e incorporar el bofe, la lengua y el corazón se sofríe unos minutos, echar la cebolla, ajo, ají escabeche, achiote sal y comino disolver por unos minutos, hierba buena con el hígado, mover bien hasta que esté bien integrado; se le incorpora el mote o choclo molido probando sazón. Aparte se filetea la carne de cerdo se le espolvorea la sal y se fríe. Servir y disfrutar.		
OBSERVACIÓN		
El famoso plato del frito es uno de las comidas consideradas como las más trabajosa, difícil y complicada preparación, por la todos los pasos que se deben seguir uno a uno para que la elaboración de este sea buena y precisa. Son muy pocas las personas que se atreven a cocinar este plato, sean por lo complicado o la demanda tiempo que este requiere		

7. FLUJOGRAMA DEL FRITO

Imagen N° 29:Flujograma de Procedimiento



FUENTE:

Elaboración

CUI CON PAPA 06 PORCIONES

PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA
COBAYO	PLATO DE FONDO	FRITURA
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO
UN CUI GRANDE	1 KG	
PAPA BLANCA	2 KG.	
CEBOLLA	1/4. KG.	
ACEITE	1/4. LT.	
VINAGRE	1/8. LT	
ACHIOTE	1/2. CUCHARADA	
ROCOTO	UNIDAD	
LIMÓN	3 LIMONES	
SAL	1/8 CUCHARADA	
		MONTAJE
		SE PUEDE PRESENTAR CON PAPA SANCOCHADA O REFRITA

ELABORACIÓN

Se mata el cuy y se le pela con agua bien caliente; se abre y se lava interiormente, dejándolos enteros, se le agrega vinagre, sal y dejar reposar unos minutos, después freír en un sartén con aceite bien caliente. Aparte lavar y sancochar las papas con un poco de sal y cuando están blandas aplastarlas con tenedor; en una cacerola aparte se hace un aderezo con aceite, cebolla picada y achiote, sofreír la cebolla, luego incorporar la papa y condimentarlo con sal al gusto. Esto se acompañar con una salsa criolla picante.

OBSERVACIÓN

Este plato es uno de los platos más representativos de la provincia de Huancabamba, generalmente este platillo es muy común en el campo; la gran mayoría de las personas de área rural tienen cuyes en su casa, siendo un animal que se cría a muy bajo costo por su alimentación a base de hierbas y cascaras de productos agrícolas, el cuy con papa es un plato muy solicitado en eventos sociales en Huancabamba

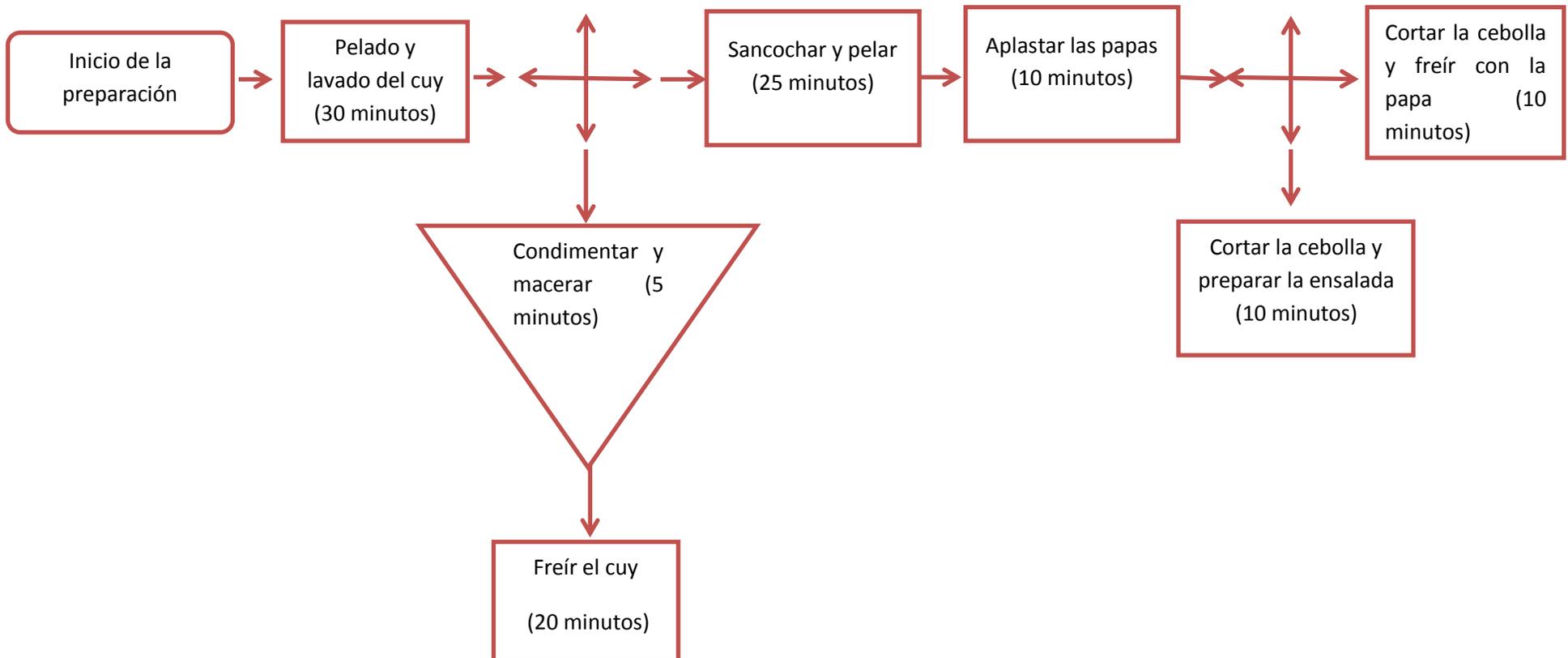
TABLA NUTRICIONAL DE CUY CON PAPA

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL CUY CON PAPAS (1 PORCIÓN)

CodAli	ALIMENTO	Peso	E°	Agua	Prot A	Prot V	Grasa A	Grasa V	Carboh	Fibra	Calcio	P	Hierro	Retinol	B1	B2	Niacina	Vit C
48	Cuy Carne, pulpa	167.0	160.3	130.4	31.7		2.7				48.4	430.9	3.2		0.1	0.2	10.9	
418	Papa blanca	333.0	323.0	248.1		7.0		0.3	74.3	2.0	30.0	156.5	1.7	10.0	0.3	0.3	5.6	46.6
1178	Cebolla	42.0	20.6			0.5			4.8									
287	Aceite vegetal de algodón	50.0	442.0					50.0										
579	Vinagre	20.0	2.4						1.0		1.4	2.0	0.1					
556	Achiote seco	2.0	6.7	0.1		0.1		0.1	1.6	0.3	2.4	2.3	0.1	1.2	0.0	0.0	0.0	0.1
384	Rocoto (4)	30.0	10.8	26.9		0.4		0.2	2.5	0.5	1.8	6.6	0.2	10.5	0.0	0.0	0.3	4.5
467	Limón, jugo de	15.0	4.5	13.4		0.1		0.0	1.5		2.7	2.1	0.1		0.0	0.0	0.0	6.6
1060	Sal iodada	3.0																
	TOTAL	662	970	418.9	31.7	8.0	2.7	50.6	85.5	2.7	86.7	600.4	5.3	21.7	0.4	0.6	16.8	57.9

8. LUJOGRAMA DEL CUY CON PAPA

Imagen N° 30:Flujograma de Procedimiento



FUENTE: Elaboración Propia

MOTE CON CARNE DE CERDO 06 PORCIONES

PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA
CERDO	PLATO DE FONDO	FRITURA
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO
		
MOTE PELADO	1 KG	
CARNE DE CERDO SUAVE	1 KG.	
CEBOLLA GRANDE	1/4 KG	
ACEITE	1/8 DE LT	
HIERBA BUENA	1 MANOJO	
LIMONES	4 UNIDADES	
ROCOTO	UNIDAD	
SAL	SAL AL GUSTO	
ELABORACIÓN		
<p>Lavar y sancochar el mote hasta ver que este blando, luego retirar del fuego y escurrir. En un perol colocar aceite y dejar calentar; filetear la carne echar sal y freír. Se prepara una ensalada de cebolla picante con hojas de hierba buena</p>		
OBSERVACIÓN		
<p>El mote con carne de cerdo, es uno de los platos de tradición de Huancabamba; este plato es muy solicitado y presentado en fiestas realizadas por los pobladores. Se sirve generalmente en almuerzos acompañado de alguna chicha. La pela de chancho en la zona significa siempre que este plato estará presente en la mesa a servir y degustar a cada uno de los visitantes o invitados.</p>		

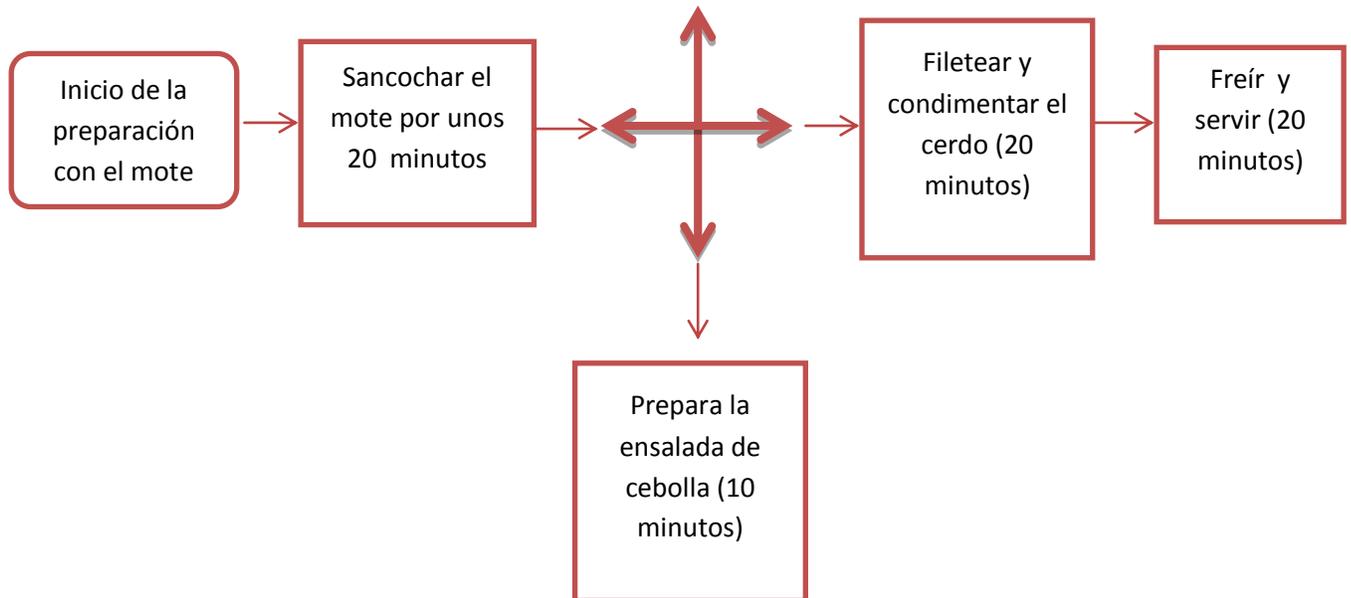
TABLA NUTRICIONAL DE MOTE CON CARNE DE CERDO

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE MOTE CON CARNE DE CERDO (1 PORCIÓN)

CodAli	ALIMENTO	Peso	E°	Agua	Prot A	Prot V	Grasa A	Grasa V	Carboh	Fibra	Calcio	P	Hierro	Retinol	B1	B2	Niacina	Vit C
221	para mote, pelado crudo	167.0	589.5	20.9		16.4		1.5	124.6	1.2	133.6	457.6	4.2		0.3	0.4	6.7	1.5
41	Cerdo Carne. pulpa	167.0	330.7	115.6	24.0		25.2				20.0	397.5	2.2		1.5	0.3	8.5	
1178	Cebolla	42.0	20.6			0.5			4.8									
287	Aceite vegetal de algodón	21.0	185.6					21.0										
355	Hierba buena (3)	3.0	1.0	2.6		0.1		0.0	0.2	0.1	6.2	2.1	0.3	32.8	0.0	0.0	0.0	0.1
467	Limón, jugo de	5.0	1.5	4.5		0.0		0.0	0.5		0.9	0.7	0.0		0.0	0.0	0.0	2.2
384	Rocoto (4)	20.0	7.2	17.9		0.2		0.1	1.6	0.3	1.2	4.4	0.1	7.0	0.0	0.0	0.2	3.0
1060	Sal iodada	3.0																
	TOTAL	428	1136	161.4	24.0	17.2	25.2	22.6	131.7	1.5	161.9	862.2	6.7	39.8	1.8	0.7	15.5	6.8

9. FLUJOGRAMA DEL MOTE CON CARNE DE CERDO

Imagen N° 31:Flujograma de Procedimiento



FUENTE: Elaboración Propia

GALLINA CON TRIGO 06 PORCIONES

PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA
AVE	PLATO DE FONDO	GUISADO
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO
UNA GALLINA	1.5 KG	
TRIGO PELADO	2 KG.	
CEBOLLA	1/4 KG.	
AJO MOLIDO	2 CUCHARADAS	
ACHIOTE	3 CUCHARADAS	
ACEITE	1/8 LT.	
SAL Y COMINO	AL GUSTO	
ORÉGANO	1 RAMA	
		MONTAJE
		SIRVALA ENTERA O EN TROZOS GRANDES
ELABORACIÓN		
<p>Se mata y se pela con agua bien caliente la gallina; se abre y se lava el interior, cortar en trozos pequeños; en una olla con aceite bien caliente echar los trozos para que sellen por unos minutos, incorporar el ajo, la cebolla picada, comino, sal y el agua suficiente para que cocinen las presas (promedio 1 hora) al finalizar poner una ramita de orégano. Lavar el trigo, cocinarlo con agua hasta que este suave, luego escurrir. Servir el trigo acompañado con la gallina jugosa. Si desea se puede acompañar con papas sancochadas.</p>		
OBSERVACIÓN		
<p>Este plato típico de gallina con trigo, es uno de los platos más solicitados en la comunidad huancabambina. La gallina es criada muy cuidadosamente y sanamente por los pobladores, este plato casi siempre está presente en fiestas patronales, aniversario o algún otro evento muy importante, es considerado como el plato de presentación de Huancabamba.</p>		

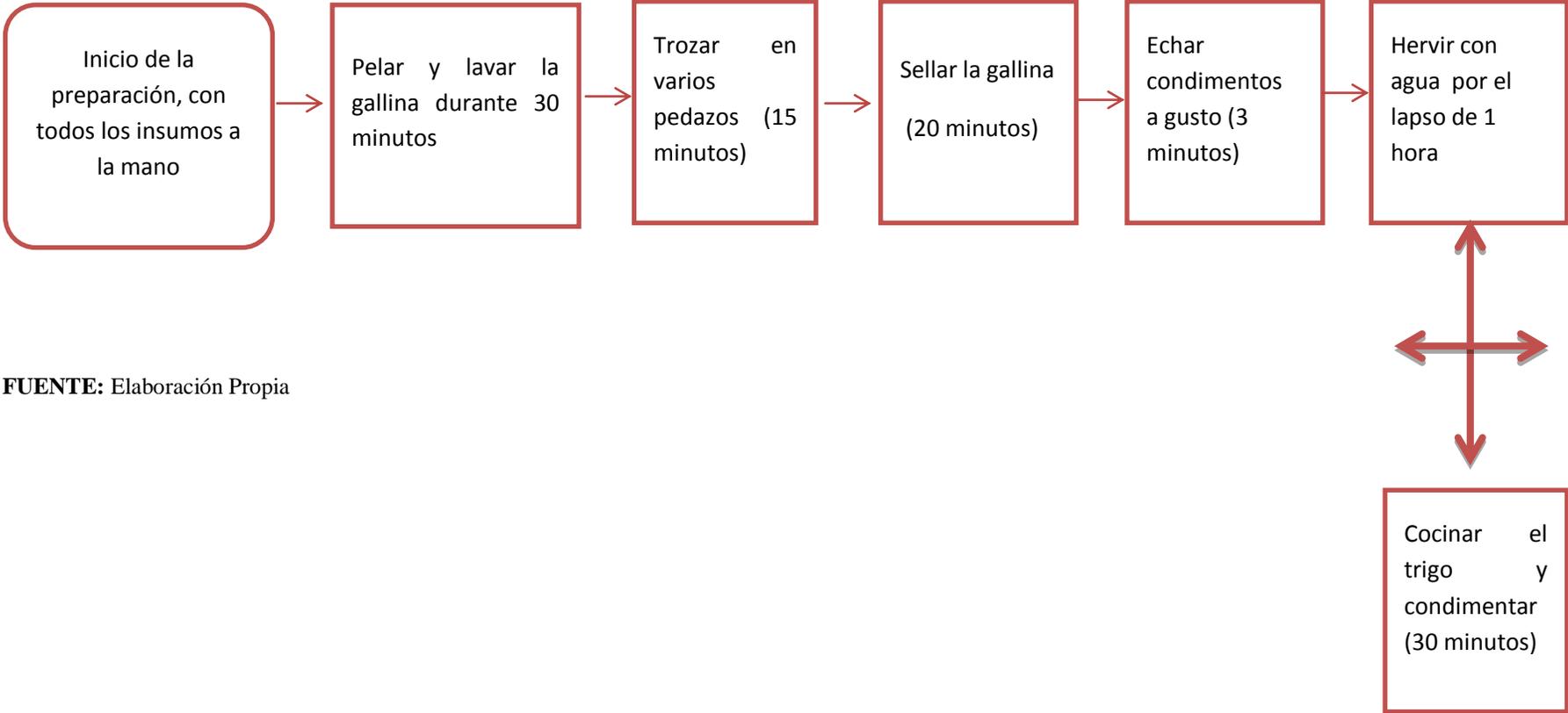
TABLA NUTRICIONAL DE GALLINA CON TRIGO

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE GALLINA CON TRIGO (1 PORCIÓN)

CodAli	ALIMENTO	Peso	E°	Agua	Prot A	Prot V	Grasa A	Grasa V	Carboh	Fibra	Calcio	P	Hierro	Retinol	B1	B2	Niacina	Vit C
51	Gallina Pierna, pulpa	250.0	300.0	178.3	51.5		9.0				22.5	475.0	2.3	40.0	0.2	0.4	16.0	11.8
222	Trigo pelado	334.0	1195.7	42.1		28.1		4.7	254.2	6.7	170.3	978.6	15.4		0.7	0.5	12.9	
972	Ajos Molidos, con sal	30.0	27.6	15.7	1.2		0.1		5.5	0.5								
567	Cominos	1.0	2.5	0.1		0.1		0.1	0.3	0.3	6.8	4.1	0.0		0.0	0.0		
1178	Cebolla	50.0	24.5			0.6			5.7									
556	Achiote seco	2.5	8.4	0.1		0.2		0.1	2.0	0.4	3.0	2.9	0.1	1.5	0.0	0.0	0.0	0.2
287	Aceite vegetal de algodón	21.0	185.6					21.0										
371	Orégano	2.0	1.0	1.7		0.0		0.0	0.2	0.0	6.2	0.9	0.2	35.0	0.0	0.0	0.0	0.2
1060	Sal iodada	3.0																
	TOTAL	693.5	1745	238.0	52.7	28.9	9.1	25.9	267.8	7.8	208.9	1461.5	18.0	76.5	0.9	0.9	28.9	12.1

10. FLUJOGRAMA GALLINA CON TRIGO

Imagen N° 32: Flujograma de Procedimiento



FUENTE: Elaboración Propia

TRIGO CON LECHE 06 PORCIONES

PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA
CEREAL	POSTRE	SANCOCHADO
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO
TRIGO PELADO COCINADO	1/2 KG.	
LECHE	1 1/2 LT	
AZUCAR RUBIA	1/4 KG.	
POLEO DEL PASMO (<i>pulegium</i>)	1/8 DE LT	
CANELA Y CLAVO DE OLOR	1 MANOJO	
CANELA MOLIDA	4 UNIDADES	
		MONTAJE
		SE PUEDE ACOMPAÑAR CON LECHE CONDENSADA
ELABORACIÓN		
<p>En una olla colocar la leche, el trigo, canela y clavo de olor dejar hervir (recuerde hervir a fuego lento) hasta que se concentre, posteriormente añadimos el azúcar y la rama de poleo del pasmo <i>Pulegium</i>, movemos la preparación hasta que el postre tenga la consistencia deseada. Servimos en una dulcera y espolvoreamos con canela molida.</p>		
OBSERVACIÓN		
<p>Este postre tradicional de trigo con leche, es un dulce que es muy preparado en los hogares Huancabambinos; se comenta que el postre lo cocinaban mucho las abuelitas de los hogares para sus familiares y visitantes. Se puede degustar de este rico dulce cuando es solo época de abundante trigo, generalmente el trigo es utilizado en cosechas, ventas y como insumo sustituto del arroz, este insumo se ve muy reflejado su consumo en la zona rural de la Provincia de Huancabamba</p>		

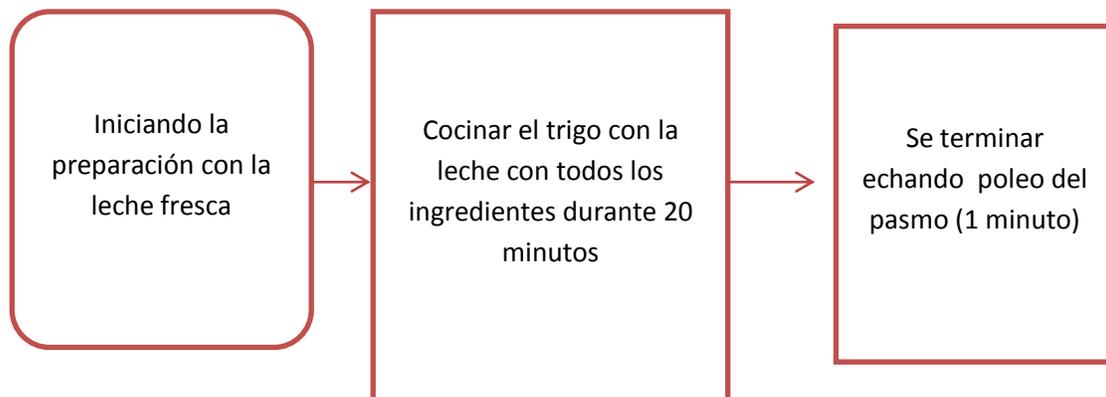
TABLA NUTRICIONAL DE TRIGO CON LECHE

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE TRIGO CON LECHE (1 PORCIÓN)

CodAli	ALIMENTO	Peso	E°	Agua	Prot A	Prot V	Grasa A	Grasa V	Carboh	Fibra	Calcio	P	Hierro	Retinol	B1	B2	Niacina	Vit C
223	Trigo resbalado cocido	84.0	75.6	65.4		2.4		0.3	15.6	0.3	4.2	55.4	0.4		0.1	0.0	0.8	0.6
4	Leche fluída de vaca	250.0	157.5	219.5	7.8		8.8		12.0		265.0	235.0	3.3	70.0	0.1	0.5	0.3	1.3
536	Azúcar rubia	42.0	159.6	0.6					41.3		18.9	0.8	0.7			0.0	0.0	
1056	Canela	5.0											0.2	2.6				
1057	Clavo	3.0																
	TOTAL	384	393	285.6	7.8	2.4	8.8	0.3	68.9	0.3	288.1	291.3	4.6	72.6	0.2	0.5	1.1	1.8

11. FLUJOGRAMA DEL POSTRE DE TRIGO CON LECHE

Imagen N° 33:Flujograma de Procedimiento



FUENTE: Elaboración Propia

PLATANO CON LECHE 06 PORCIONES

PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA
FRUTA	POSTRE	HERVIDO
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO
PLATANO DE SEDA VERDE	1 DOCENA	
LECHE	1 1/2 LT	
AZUCAR RUBIA	1/4 KG.	
HIERBA DE LA VENTOSIDAD	1 RAMA	
CANELA Y CLAVO DE OLOR	AL GUSTO	
CANELA MOLIDA	1 CDTA.	
		MONTAJE
		SE PUEDE AGREGAR LECHE CONDENSADA
ELABORACIÓN		
<p>Partir el plátano por la mitad rasparlo con una cuchara; aparte en una olla echar la leche dejar hervir, luego echar el plátano con canela y clavo de olor dejar hervir; cuando tome consistencia el dulce añadir la rama de hierba de la ventosidad <i>hyptis Rhomboidea</i> y el azúcar hasta disolver. Servir en dulcera y espolvorear canela molida.</p>		
OBSERVACIÓN		
<p>El plátano con leche, es un dulce muy peculiar en la localidad Huancabambina, presentando en muchas ocasiones en ferias gastronómicas, es considerado como uno de los más ricos postres y bien preparados. Son las mujeres las únicas que son las responsables de la elaboración de este postre, pues los hombres no son muy apegados a la preparación de estos dulces de tradición en la comunidad Huancabambina.</p>		

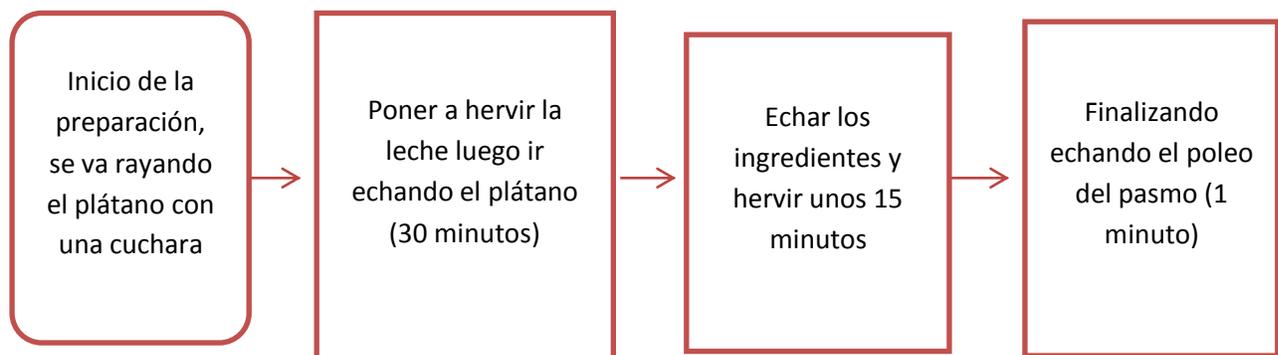
TABLA NUTRICIONAL DE PLATANO CON LECHE

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE PLÁTANO CON LECHE (1 PORCIÓN)

ALIMENTO	Peso	E°	Agua	Prot A	Prot V	Grasa A	Grasa V	Carboh	Fibra	Calcio	P	Hierro	Retinol	B1	B2	Niacina	Vit C
Plátano verde (3)	200.0	304.0	114.0		2.0		0.4	81.8	1.6	16.0	86.0	1.0	260.0	0.2	0.3	1.2	20.8
Leche fluída de vaca	250.0	157.5	219.5	7.8		8.8		12.0		265.0	235.0	3.3	70.0	0.1	0.5	0.3	1.3
Azúcar Rubia, granulada	42.0	158.3	0.8					41.0									
Canela	2.0											0.1	1.1				
Clavo	2.0																
TOTAL	496	620	334.3	7.8	2.0	8.8	0.4	134.8	1.6	281.0	321.0	4.3	331.1	0.3	0.8	1.5	22.1

12. FLUJOGRAMA DEL PLATANO CON LECHE

Imagen N° 34:Flujograma de Procedimiento



FUENTE: Elaboración Propia

ZAMBUMBA CON LECHE 06 PORCIONES

PRODUCTO	CATEGORIA	TÉCNICA
VEGETAL	POSTRE	SANCOCHADO
INGREDIENTES	CANTIDAD	FOTO
ZAMBUMBA MADURA CHICA	UNIDAD	
LECHE	1 LT	
CHANCACA	0.5 KG	
POLEO DEL PASMO (<i>pulegium</i>)	1 RAMA	
VAINILLA	1 RAMA	
CANELA MOLIDA	AL GUSTO	
		MONTAJE
		SERVIR EN PEQUEÑAS PORCIONES
ELABORACIÓN		
<p>Se parte la zambumba por la mitad, raspar con una cuchara; en una olla echar la zambumba con medio litro de leche y un poco de agua, dejar cocinar a fuego lento; cuando ya esté disuelta se le incorpora el otro medio litro de leche con la chancaca hasta que tome el punto deseado; al finalizar echar la vainilla.</p>		
OBSERVACIÓN		
<p>La zambumba con leche, es un postre muy representativo en la sierra Huancabambina; por su elaboración y sabor, este dulce es tomando para representar muchas veces en ferias realizadas en Huancabamba como fuera de ella.</p> <p>A base de leche de vaca combinado un fruto muy peculiar de la sierra, la zambumba es y seguirá siendo el postre representativo en la Provincia de Huancabamba</p>		

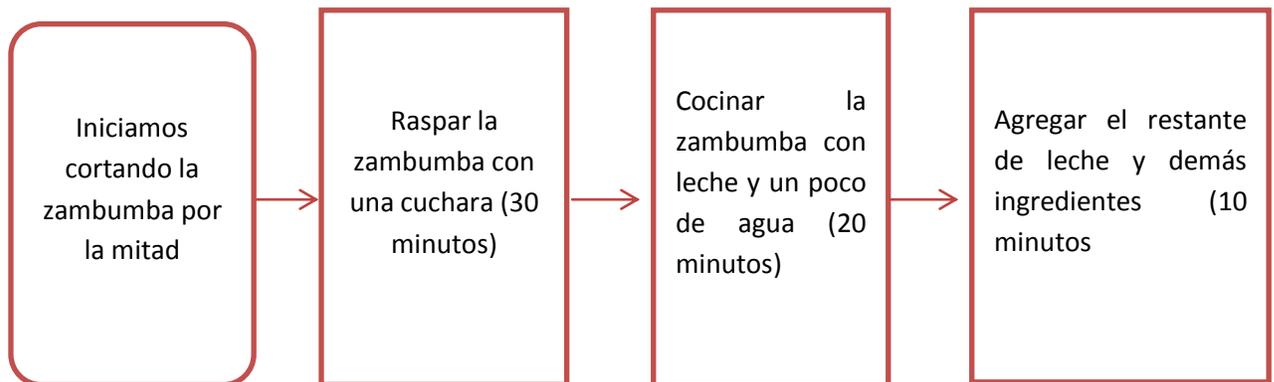
TABLA NUTRICIONAL DE ZAMBUMBA CON LECHE

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LA ZAMBUMBA CON LECHE (1 PORCIÓN)

CodAli	ALIMENTO	Peso	E°	Agua	Prot A	Prot V	Grasa A	Grasa V	Carboh	Fibra	Calcio	P	Hierro	Retinol	B1	B2	Niacina	Vit C
346	calabaza	250.0	55.0	233.0		1.5		0.3	14.0	1.3	32.5	62.5	0.5	2.5	0.2	0.1	0.5	9.3
4	Leche fluída de vaca	167.0	105.2	146.6	5.2		5.8		8.0		177.0	157.0	2.2	46.8	0.1	0.3	0.2	0.8
537	Chancaca	85.0	275.4	13.4					71.3		39.1	1.7	2.7			0.1	0.1	
1074	Vainilla	10.0																
1056	Canela	2.0											0.1	1.1				
	TOTAL	514	436	393.1	5.2	1.5	5.8	0.3	93.3	1.3	248.6	221.2	5.5	50.3	0.3	0.6	0.7	10.1

13. FLUJOGRAMA DE LA ZAMBUMBA CON LECHE

Imagen N° 35:Flujograma de Procedimiento



FUENTE: Elaboración

B. PROPUESTA - DEGUSTACIÓN DE PLATOS TÍPICOS DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA EN LA CIUDAD DE PIURA A LOS ADMINISTRADORES, DOCENTES Y ALUMOS DE LA UNIVERSIDAD “ALAS PERUANAS – PIURA”

La Provincia de Huancabamba cuenta con diversos potenciales, naturales, culturales y gastronómicos, actualmente los pobladores como parte en su vida cotidiana; se comenta que si un Huancabambino empieza a mezclar ingredientes, se tendrá como resultado la preparar y elaboración de platos exquisitos platos de origen ancestral.

La investigación busca que, la cocina de la Provincia de Huancabamba sea conocida y reconocida en la Región Piura, por su riqueza, bondades nutritivas, variedad, calidad de insumos, y por el uso de productos oriundos

Para iniciar este proceso de reconocimiento lo primero que se busca es que la gastronomía de la Provincia de Huancabamba sea mostrada y exhibida ante los demás.

En el Departamento de Piura se encuentra la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura, con más de 13 carreras, la Universidad cuenta con la Carrera de Turismo, Hotelería y Gastronomía, enfocados y muy comprometidos con su labor, se considera esto un alcance muy importante para la investigación.

1. OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Elaborar una degustación de los platos típicos de la Provincia de Huancabamba, a los docentes, administrativos, y alumnos de la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura.

El objetivo de la propuesta, está enfocado más en la presentación y degustación de los platos a una cierta cantidad de alumnos, administrativos y docentes de la Universidad, todo con el objetivo de obtener resultados de aceptación de la presentación de platos, y así poder continuar con el proceso de reconocimiento de la comida de la Provincia de Huancabamba en la Región Piura.

2. ANALISIS DEL ENTORNO

a. PROPUESTA: Degustación de Platos Típicos en la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura

Ejecutar una degustación de la variedad de platos oriundos de la zona de Huancabamba, en la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura, con el objetivo primordial de dar a conocer la riqueza gastronómica de la ciudad de Huancabamba en la Región Piura; exponiendo los platos al público se busca obtener la aceptación social de los alumnos, docentes y administrativos de la Universidad en la presentación, y así obtener un respaldo en beneficio ante este proceso de reconocimiento gastronómico, mostrando así en ello: las bondades de sus productos, valor ancestral, multiplicidad de insumos, variedad de platillos y calidad de la materia prima de la gastronomía Huancabambina.

b. Escenario de la Propuesta

El escenario con el que se trabaja para la exposición es en el auditorio de la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura, donde se realiza todo un contexto de planeamiento e ejecución para la realización de la exposición ante los administrativos, docentes y alumnos que fueron invitadas a este evento de degustación.

c. Producto Final Previsto

Realizar la degustación de platos oriundos, mostrando la variedad y riqueza de los platos expuestos, y obtener la aceptación de la gastronomía de la Provincia de Huancabamba en la Región Piura, dando así inicio una nueva alternativa de comida en la Ciudad de Piura.

d. Análisis del Sistema de Actividad

Analizar la preparación de los platos a presentar, y las instrucciones que se deben seguir de acuerdo a las recetas obtenidas en las entrevistas realizadas a los pobladores de la Provincia de Huancabamba.

La presentación se basa en 14 platos oriundos, preparados todos a base de insumos netamente adquiridos de la zona.

Tabla N° 14: Platos Típicos de la Provincia de Huancabamba

PLATOS TÍPICOS DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA	<ul style="list-style-type: none"> - Ceviche de Carne - Papas con Coles -Sopa de Trigo -Sancocho -Tortillas con Queso -Sango con Queso -Trucha Frita -Frito -Cuy con Papa -Mote con Carne de Chancho - Gallina con Trigo -Postre de Trigo con Leche -Postre con Plátano con Leche -Postre de Zambumba con Leche
--	---

FUENTE: Elaboración Propia

e. Presupuesto de la Propuesta

Tabla N° 15: Presupuesto Establecido

Descripción	Monto
Materiales	S/. 80.00
Gastos en preparación de cada uno de los platos para 6 personas: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gallina con trigo ➤ Cuy con papa ➤ Coles con papa ➤ Sango con queso 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ S/. 40.00 ➤ S/. 25.00 ➤ S/. 9.50 ➤ S/. 7.80

➤ Mote con cerdo	➤ S/. 21.70
➤ Sopa de trigo	➤ S/. 14.00
➤ Trigo con leche	➤ S/. 8.10
➤ Zambumba con leche	➤ S/. 6.00
➤ Frito	➤ S/. 28.00
➤ Ceviche de carne	➤ S/. 14.40
➤ Tortillas con queso	➤ S/. 9.00
➤ Sancocho	➤ S/. 9.40
➤ Trucha	➤ S/. 24.20
TOTAL	S/. 217.10
Gasto por transporte	S/. 150.00
Gastos adicionales	S/. 50.00
TOTAL	S/. 497.00



**ENCUESTA PARA DOCENTES, ADMINISTRATIVOS Y ALUMNOS DE LA
UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS – FILIAL PIURA**

Esta encuesta se realiza con el objetivo de medir su opinión y aceptación sobre la práctica y preparación de los platos típicos de la Provincia de Huancabamba en la Región Piura para validar la Investigación denominada “Importancia de los platos típicos de la Provincia de Huancabamba y su influencia en la cocina Regional, Periodo 2013 -2014”

Sexo: Femenino Masculino

Edad:

Administrativo: **Docente:** **Alumno:**

1. ¿Conoce los platos típicos de la Provincia de Huancabamba?

a) Si b) No

2. ¿Ha probado algún plato típico de la Provincia de Huancabamba?

a) Si b) No

3. ¿Dónde lo has probado?

Restaurante Ferias

Cafetería Otro

4. ¿Volverías a probar este plato típico?

a) Si

b) No

5. ¿Con que frecuencia lo consumirías?

1 vez a la semana

Cada 15 días

1 vez al mes

Nunca

6. ¿Recomendarías este plato típico?

a) Si

b) No

7. ¿Cómo calificas el plato típico presentado de la Provincia de Huancabamba?

Coloca en el cuadro si te pareció:

a) Muy bueno

b) Bueno

c) Regular

d) Malo

PLATO	DOCENTES	ADMINISTRATIVOS	ALUMNOS
PRESENTACIÓN			
CALIDAD			
SABOR			
GUSTO			
RECOMENDACIÓN			

FUENTE: Elaboración Propia

C. TALLERES A LOS COMEDORES POPULARES

Los comedores populares son una entidad sin fines de lucro que su fin primordial es ayudar a las personas con bajos recursos económicos brindando un servicio de alimentación a pobladores y niños. La Provincia de Huancabamba no es ajena a esta realidad de beneficio social, aquí se puede encontrar estos comedores populares de acuerdo a cada barrio, guiados y dirigidos generalmente por madres de familia siendo un ejemplo para la comunidad; el primer comedor popular fue creado el 13 de marzo de 1997 exactamente hace 17 años en la Provincia de Huancabamba; la investigación planteada busca trabajar con los comedores populares de la ciudad, direccionado a conseguir con ello, investigación gastronómica, desarrollo sociocultural, información nutricional, incentivar la cocina tradicional; logrando así conseguir de manera indirecta el consumo de los platos oriundos de la Provincia de Huancabamba y lograr así la fortaleza y progreso de la gastronomía en la ciudad.

1. TALLER A LOS COMEDORES POPULARES DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

Un taller es un programa educacional corto e intensivo, para una cantidad relativamente pequeña de personas, en un área de conocimientos determinada que hace énfasis en la participación para la resolución de problemas.

a. Nombre del Evento

“I capacitación de valor e Importancia gastronómica a los platos típicos de la Provincia de Huancabamba a las madres de los comedores populares”

b. Justificación

En el Perú, los comedores populares son una de las asociaciones más grandes que se encuentra casi en todo el País, brindando apoyo a personas con bajos recursos económicos y beneficiando a muchos ancianos, mujeres, y niños pobres; su labor principal es brindar alimentación todos los días a un muy bajo costo y muy accesible para las personas que lo necesiten, apoyados del estado del lugar los comedores vienen desarrollando esta labor diaria.

Elaborando sus platos con insumos de bajo precios en el mercado, los comedores populares tratan generalmente que sus insumos sean accesibles para su compra.

Aprovechando la oportunidad de ejecutar la realización de esta investigación, teniendo como tema principal la “Importancia de la comida típica en la Provincia de Huancabamba y su influencia en la cocina Regional 2013-2014”; se ha creído importante trabajar con los comedores populares de Huancabamba, queriendo así poder brindarles más información sobre los insumos con los que cuentan la Provincia y la variedad de platos que pueden preparar con esta variedad de insumos nutricionales.

El presente proyecto se realiza en base a la importancia que tiene la gastronomía de Huancabamba, y por tanto, el objetivo principal es lograr que los restaurantes de la misma zona, preparen y vendan nuestra comida típica; todo esto se realiza con la idea de satisfacer el paladar de turistas nacionales y

extranjeros que visitan nuestra provincia, como a personas que residen en la misma.

Por otra parte, el hecho de que exista esta clase de proyectos, logra fortalecer la infraestructura gastronómica de la provincia y el país, además apreciar y conocer más sobre sus costumbres y platos típicos, olvidados en la cocina de Huancabamba actual, es por eso se inició a trabajar con los comedores populares de la zona, para así iniciar a fortalecer los conocimientos de madres y padres dedicados a la preparación de platos Huancabambinos.

c. Comedores a Trabajar

- Comedor María Auxiliadora – Barrio la Villa
- Barrio el Ciclón
- Barrio La Laguna
- Club de Madres de Vaso de Leche – Villa Baja

Se trabajara con tres comedores populares de la Provincia de Huancabamba; el comedor popular del barrio Ramón Castilla no estará incluido en este taller, por el momento no se encuentra en funcionamiento; se ha incluido el club de madres de vaso de leche del barrio de la villa, este club trabaja constantemente con los comedores populares, teniendo el mismo objetivo de ayudar y apoyar a los niños y madres necesitadas.

d. Objetivo Principal del Taller

El objetivo principal de este taller es; el incentivar a las madres de familia de los comedores populares a la práctica y

preparación de los platos oriundos de la Provincia de Huancabamba, para lograr fortalecer los conocimientos gastronómicos, como también rescatar las costumbres y tradiciones vinculados a los platos oriundos olvidados en la cocina Huancabambina actual.

e. Objetivos específicos

- I. Darles a conocer la riqueza y variedad gastronómica con la que cuenta la Provincia de Huancabamba en platos e insumos oriundos de los cuales ellas puedan aprovechar.

- II. Brindarles la información necesaria dándoles a conocer los aspectos nutricionales que la Provincia de Huancabamba, y los beneficios que trae la preparación de platos con productos de la zona.

- III. Darles a conocer todos los productos netos de la Provincia de Huancabamba, con los que pueden trabajar en la preparación de platos.

- IV. Darles a conocer los aspectos nutricionales de los productos que esta Provincia Produce, y lo sanos que pueden ser utilizarlos en la preparación de platos.

f. Metodología que se Utilizara

La metodología que se utilizara en este taller será teórica, explicando el tema a tratar y para culminar una pequeña demostración y degustación de los platos oriundos. En la parte

teórica se les explicara sobre los platos mostrándoles todos beneficios que tienen cada uno de estos.

La aplicación de la práctica: se preparan platos típicos donde las participantes miren y participen de la explicación que se les dará, degustando de los platos y aplicando lo antes aprendido.

g. Duración y Fecha

El desarrollo del taller está programado para el día 26 de mayo del 2014 con una duración de 3 horas aproximadamente.

h. Materiales

- Papelotes para la exposición
- Hojas bon
- Lápiz (20 Unidades)
- Plumones (3 Unidades)
- Hoja de Registro
- Hoja de Encuesta

i. Temas a Tratar

- La variedad de Platos Típicos
- Beneficios de los insumos y platos
- Insumos oriundos
- Forma de preparación
- Calidad de los platos
- Aspectos nutricionales
- Costo de los insumos
- Beneficios Socioeconómico del Taller

j. Expositor y Organizador

Srta. Carolina Noelia Cano Aquino, Bachiller de la escuela Profesional Turismo Hotelería y Gastronomía de la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura

k. Participantes

- Comedor Popular “María Auxiliadora” Barrio la Villa (5 integrantes)
- Comedor Popular del Barrio el ciclón (4 integrantes)
- Comedor Popular Barrio la laguna (4 integrantes)
- Comité de Vaso de Leche – Villa Baja (5 integrantes)

l. Presupuesto

El presupuesto que especifica a continuación es del material que se utilizara con las madres de familia asistentes, como también lo que se gastará en la degustación de platos que se les dará a las participantes.

I. Materiales

MATERIAL NECESARIO	COSTO
Papelotes para la exposición	S/. 0.50 c/u
Hojas bon (1 ciento)	S/. 4.00
Lápiz (20 Unidades)	S/. 8.00
Plumones (3 Unidades)	S/. 3.00
Hoja de Registro (2 hojas)	S/. 1.00
Hoja de Encuesta (20 juegos)	S/. 0.50
TOTAL	S/. 17.50

II. Costos de Materiales e Insumos para Degustación de Platos

Para la presentación de degustación, se trabajaran con 05 platos de los 14 mencionados en la investigación, la preparación de cada plato se realizara en base al consumo de 06 personar por cada presentación de platillo

GASTOS - CAPACITACION	
MATEIALES	PRECIO
Papelotes para la exposición(3 unidades)	➤ S/.1.50
Hojas bon (1 ciento)	➤ S/. 4.00
Lápiz (20 Unidades)	➤ S/. 8.00
Plumones (3 Unidades)	➤ S/. 3.00
Hoja de Registro (2 hojas)	➤ S/. 1.00
TOTAL MATERIALES	S/. 17.50

<p style="text-align: center;">PREPARACION DE PLATOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gallina con trigo ➤ Mote con Carne de Cerdo ➤ Sopa de Trigo ➤ Plátano con Leche ➤ Tortillas con Queso 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ S/.60.00 ➤ S/.25.00 ➤ S/.18.00 ➤ S/.12.00 ➤ S/.15.00
<p>TOTAL INSUMOS</p>	<p style="text-align: right;">S/. 130.00</p>
<p>IMPREVISTOS</p>	<p style="text-align: right;">S/. 70.00</p>
<p>TOTAL DE GASTOS</p>	<p style="text-align: right;">217.50</p>

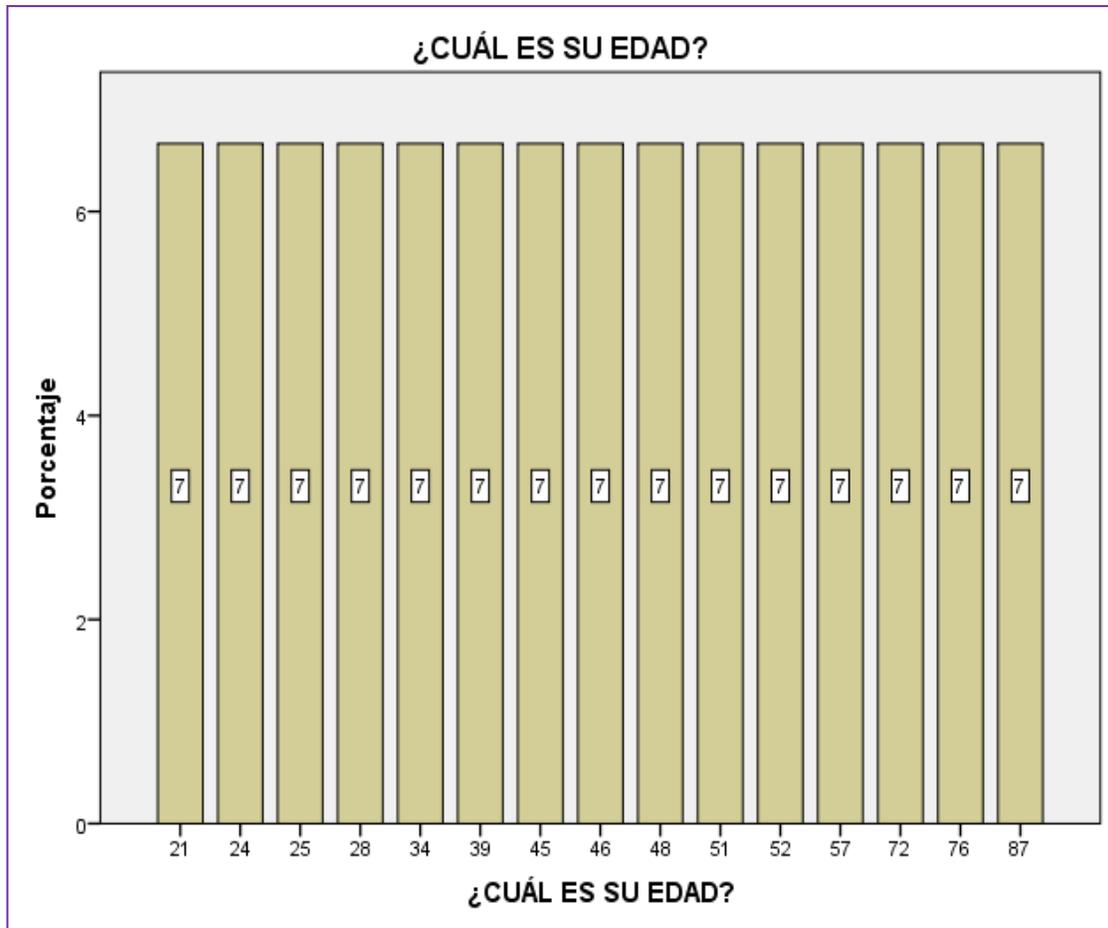
**m. RESULTADOS ESTADÍSTICOS DEL TALLER A LOS
COMEDORES POPULARES**

Tabla N° 16:Edad de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	21	1	6,7	6,7	6,7
	24	1	6,7	6,7	13,3
	25	1	6,7	6,7	20,0
	28	1	6,7	6,7	26,7
	34	1	6,7	6,7	33,3
	39	1	6,7	6,7	40,0
	45	1	6,7	6,7	46,7
	46	1	6,7	6,7	53,3
	48	1	6,7	6,7	60,0
	51	1	6,7	6,7	66,7
	52	1	6,7	6,7	73,3
	57	1	6,7	6,7	80,0
	72	1	6,7	6,7	86,7
	76	1	6,7	6,7	93,3
	87	1	6,7	6,7	100,0
Total	15	100,0	100,0		

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 01: Edad de los Encuestados



FUENTE: Elaboración Propia

ANÁLISIS:

El gráfico muestra que, la encuesta realizada fue aplicada a las madres y padres de comedores populares; el cual indica que la edad de las madres se manejó desde los 21 años hasta los 87 años en promedio.

INTERPRETACIÓN

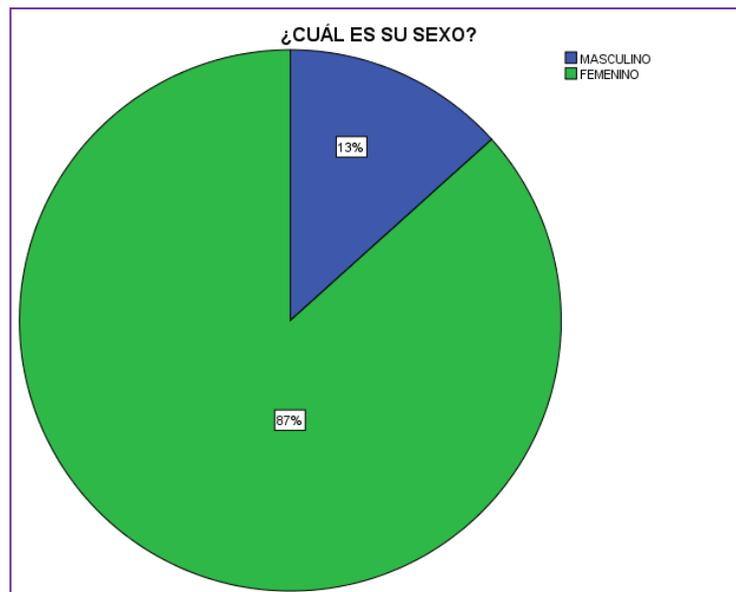
Esto indica que las madres de familia que desempeñan esta labor en su mayoría son mujeres de edad joven; siendo ellas las más involucradas a trabajar en los comedores populares.

Tabla N° 17: Sexo de los Encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MASCULINO	2	13,3	13,3	13,3
	FEMENINO	13	86,7	86,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 02: Sexo de los Encuestados



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

De acuerdo con la población encuestada el género que resalta en la labor de apoyo a los comedores populares son las mujeres con un porcentaje 87 % y los hombres el 13% es decir, que el género que más aporta en ayuda son las mujeres.

INTERPRETACIÓN

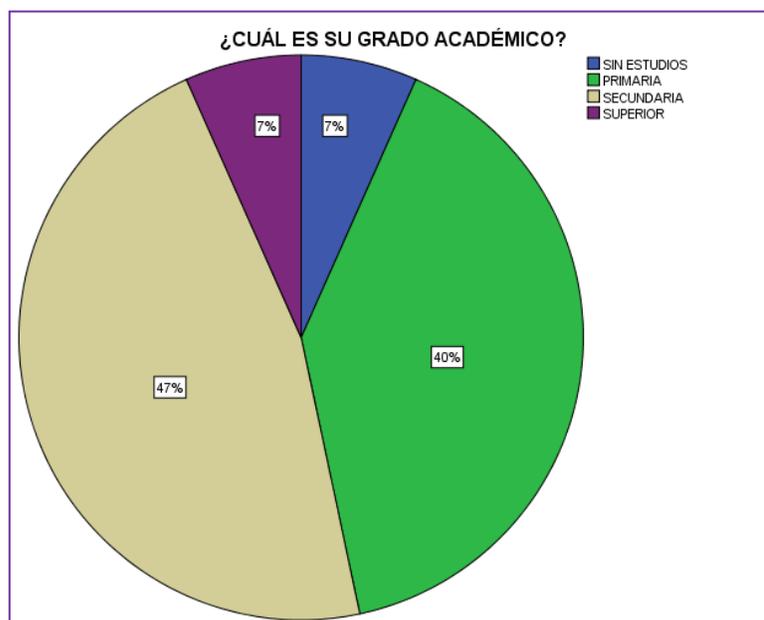
Las mujeres son las que más resaltan en esta labor, cabe resaltar que normalmente son las madres las encargadas de los comedores populares; se debe incentivar a los padres de familia a involucrarse más con las madres de familia la labor que desempeñan a diario.

Tabla N° 18: Grado Académico de los Comedores Populares

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIN ESTUDIOS	1	6,7	6,7	6,7
	PRIMARIA	6	40,0	40,0	46,7
	SECUNDARIA	7	46,7	46,7	93,3
	SUPERIOR	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Grafico N° 03: Grado Académico de los Comedores Populares



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

En este gráfico se puede ver como se detalla el grado académico de los encuestados; obteniendo como resultado que el 7% son personas sin estudio, el 40% tienen estudios primarios, el 47% son personas con estudios secundarios y el 7% son con estudios superiores

INTERPRETACIÓN

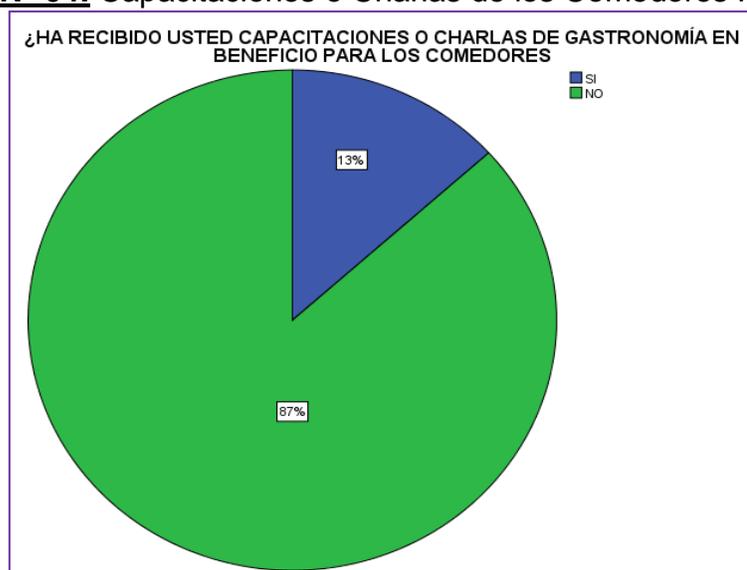
El resultado muestra claramente el nivel de educación de las madres y padres de familia de los comedores populares, indicando que la mayoría de padres solo han terminado el nivel secundario, seguido por el nivel primario, esto muestra que un porcentaje de la población en Huancabamba se queda en con la educación secundaria, muchas veces por el nivel económico que las familias presentan.

Tabla N° 19: Capacitaciones o Charlas de los Comedores Populares

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	2	13,3	13,3	13,3
	NO	13	86,7	86,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 04: Capacitaciones o Charlas de los Comedores Populares



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS:

Este gráfico indica la cantidad de personas que ha recibido capacitaciones o charlas de gastronomía, la cual el 13% respondió que si había recibido charlas y el otro 87% restante dijo que no había recibido.

INTERPRETACIÓN:

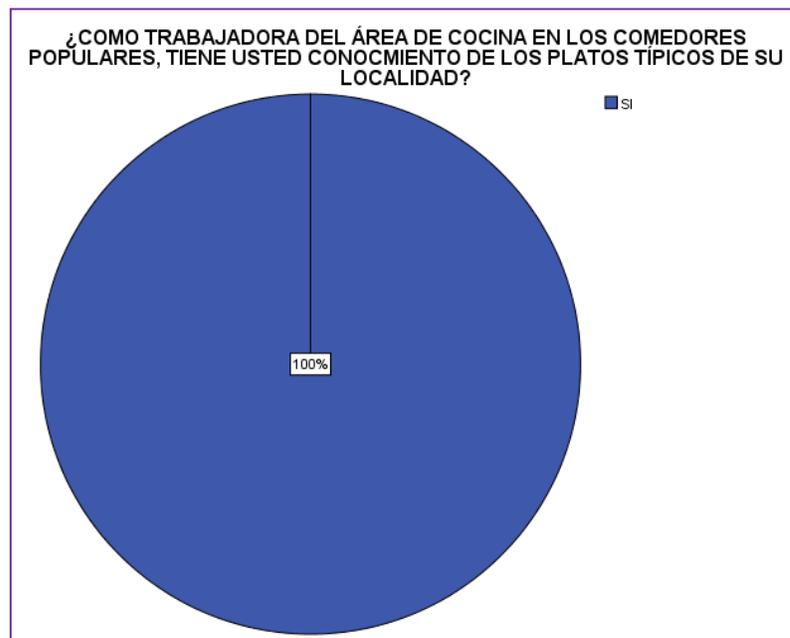
Se muestra que el 13% de los encuestados han recibido capacitaciones en el rubro gastronómico, siendo este un número bastante bajo para personas que están desempeñando un papel importante en la cocina huancabambina y más aún ya que son encargados de la alimentación y nutrición niños, madres y ancianos; el municipio debe trabajar más en tema de capacitaciones a los comedores populares e interesados a desarrollar la gastronomía en la Provincia de Huancabamba.

Tabla N° 20: Conocimiento de los Platos Típicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	15	100,0	100,0	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 05: Conocimiento de los Platos Típicos



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS:

El gráfico muestra un resultado positivo ante la pregunta, dando a entender que parte de la población si maneja la información gastronómica en la Provincia, siendo esto un punto a favor para la investigación, obteniendo así información más fidedigna.

INTERPRETACIÓN

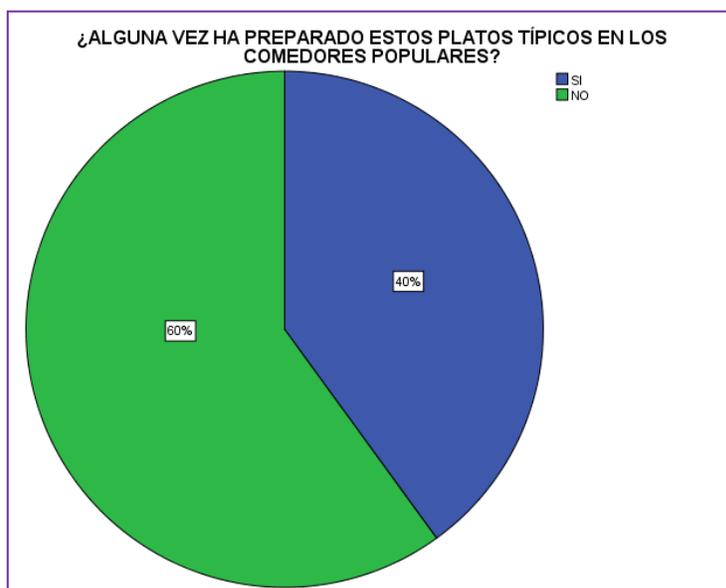
El resultado indica que las madres y padres de familia manejan bien la información de platos típicos de Huancabamba, esto muestra que la mayoría de comedores populares tiene los conocimientos gastronómicos necesario para iniciar el impulso y desarrollo de la gastronomía en Huancabamba.

Tabla N° 21: Preparación de Platos Típicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	6	40,0	40,0	40,0
	NO	9	60,0	60,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 06: Preparación de Platos Típicos



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

El siguiente gráfico indica que de acuerdo con la población encuestada, señala que el 40% de los encuestados indica que si ha preparado platos típicos, mientras que el otro 60% dice que nunca ha preparado estos platos; demostrando un porcentaje de gran desinterés por la gastronomía de Huancabamba.

INTERPRETACIÓN

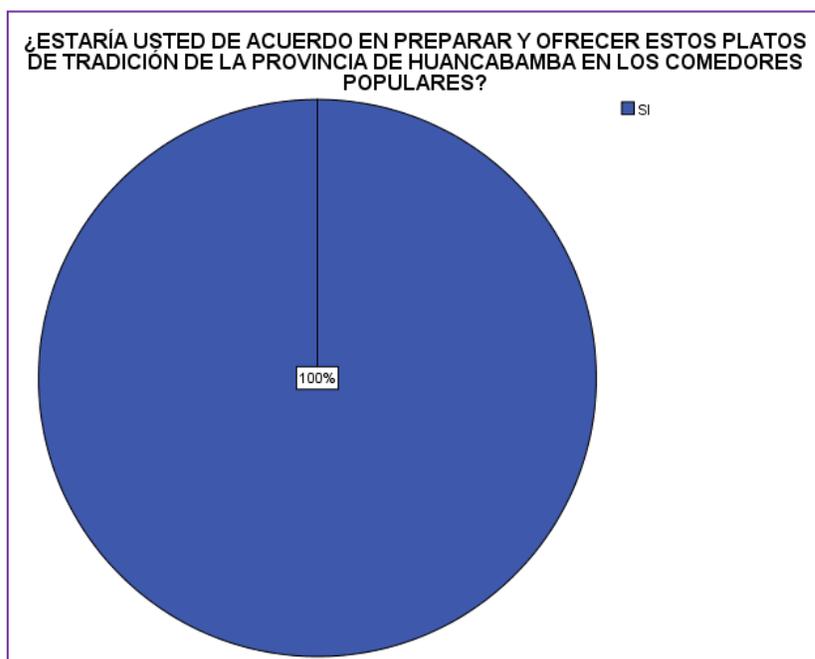
El resultado muestra claramente como los encuestados manifiestan cierto desinterés ante la preparación de los platos típicos, ya sea por la falta de conocimientos o motivación a preparar estos platillos, esto demostraría claramente el bajo nivel de conocimiento gastronómico en el que se encuentra los pobladores; se debe trabajar con los padres y madres de familia de los comedores populares en impulsar e incentivar la preparación de platos huancabambinos.

Tabla N° 22: Preparar y Ofrecer Platos de Tradición

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	15	100,0	100,0	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 07: Preparar y Ofrecer Platos de Tradición



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

Este gráfico nos indica las respuestas positivas al 100% de acuerdo a la preparación y ofrecer los platos de tradición de la Provincia de Huancabamba en los comedores populares, esto indica que la población encuestada respalda la idea de impulsar la gastronomía en la Ciudad.

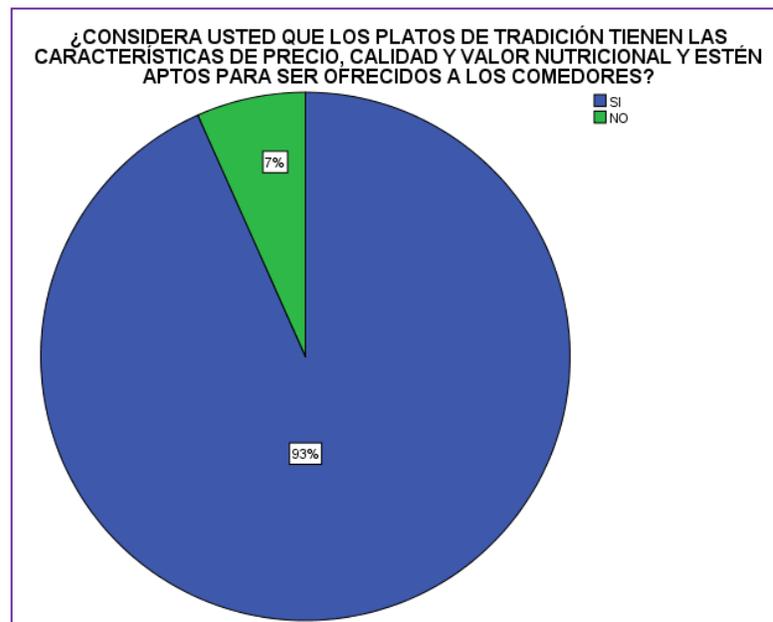
INTERPRETACIÓN

La aprobación total que la población demuestra, indica la ventaja que se tiene para el desarrollo e impulso de la gastronomía en la Provincia de Huancabamba siendo una indicador base el interés del poblador.

Tabla N° 23: Características de Precio, Calidad y Valor Nutricional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	14	93,3	93,3	93,3
	NO	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Gráfico N° 08: Características de Precio, Calidad y Valor Nutricional



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

Mostrando un resultado del 93% de aprobación con el precio, calidad y valor nutricional de los platos se considera que los platos están aptos para ser preparados y presentados, pero hay un 7% que indica que no cuenta con las características indicadas, presentando una dificultad de avance, pues hay un motivo que se debe analizar e investigar en los platos de tradición.

INTERPRETACIÓN

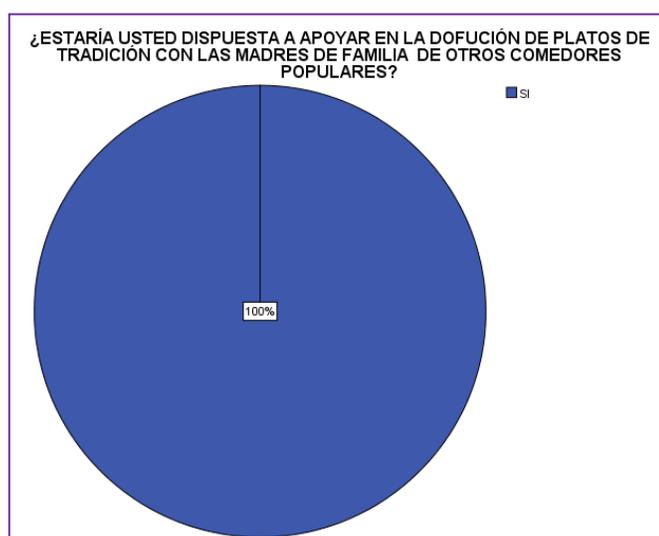
Los platos típicos de la Provincia de Huancabamba, cuentan con ciertas características particulares en cuanto a precio, calidad y valor nutricional; todos los platos típicos están base de productos de alta calidad y cuentan con un porcentaje alto en cuanto a valor nutricional, haciéndolos aún más interesantes para su preparación; en cuanto nos referimos a precio se debe mencionar que ciertos insumos de origen animal como el cuy, gallina y cerdo, han ido aumentando de precio por la constante demanda que tiene en el mercado Provincial y Regional.

Tabla N° 24: Apoyar en la Difusión de Platos de Tradición

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	15	100,0	100,0	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 09: Apoyar en la Difusión de Platos de Tradición



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

La totalidad de los encuestados afirman que si estarías dispuesta a apoyar a la difusión de los platos típicos de la Provincia de Huancabamba, esto indica que el desarrollo de la gastronomía en los comedores actuaría positivamente.

INTERPRETACIÓN

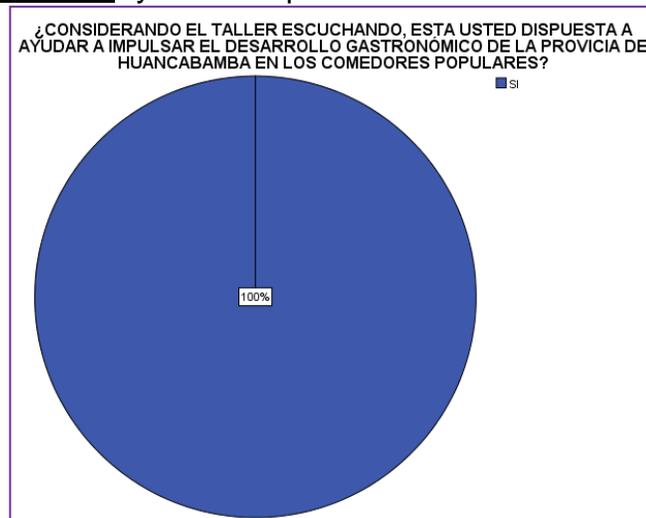
Los padres y madres de familia de los comedores populares encuestados indican que si están dispuestos a promover la promoción y difusión de los platos típicos en otros comedores; esto indica que parte de la población respalda la idea de impulsar y promover la preparación de platos huancabambinos.

Tabla N° 25: Ayudar a impulsar el Desarrollo Gastronómico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	15	100,0	100,0	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Grafico N° 10: Ayudar a Impulsar el Desarrollo Gastronómico



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

El gráfico nos muestra el 100% de la respuesta, obteniendo un resultado positivo, apoyando a que se dé el desarrollo de la gastronomía impulsado por los comedores populares.

INTERPRETACIÓN

Después de la capacitación dada, los padres y madres de los comedores populares, muestran más interés por apoyar a que la gastronomía de la Provincia de Huancabamba se desarrolle, buscando así promover la preparación de platos oriundos como también el rescatar y mantener la identidad de la cultura gastronómica.

Tabla N° 26: Preparación, sabor y calidad de los Platos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	15	100,0	100,0	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Grafico N° 11: Preparación, Sabor y Calidad de los Platos



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

El 100% de los encuestados respondieron positivamente, al sabor de los platos que se les presento en el taller, significando que hay nivel de aceptación bueno con los platos típicos, esto indica que hay aprobación total en la preparación de platos tradicionales, demostrando el nivel de importancia que la gastronomía de la sierra puede lograr con la investigación.

INTERPRETACIÓN

Todos los encuestados aprueban la preparación, sabor y calidad de los platos, indicando que la gastronomía de la Provincia de Huancabamba se mantiene en un estándar de calidad alto; demostrando que la investigación planteada será una base importante la cual dará inicio a promover y rescatar la cultura gastronómica.

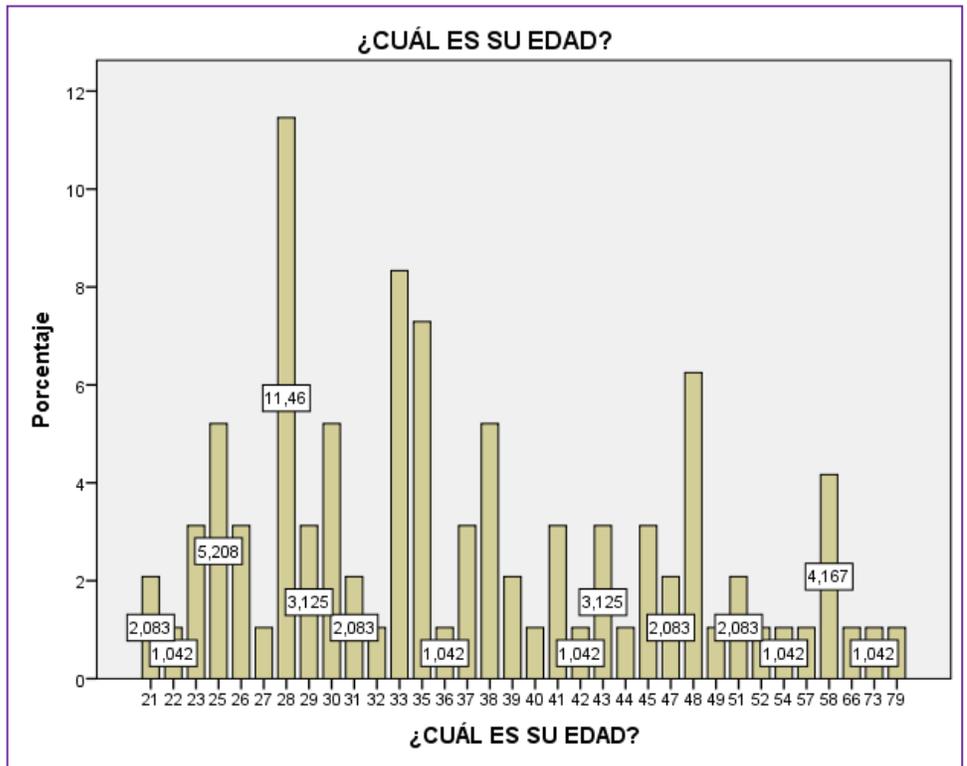
a. RESULTADOS ESTADÍSTICOS ENCUESTA A POBLADORES

Tabla N° 27: Edad de los Encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	21	2	2,1	2,1	2,1
	22	1	1,0	1,0	3,1
	23	3	3,1	3,1	6,3
	25	5	5,2	5,2	11,5
	26	3	3,1	3,1	14,6
	27	1	1,0	1,0	15,6
	28	11	11,5	11,5	27,1
	29	3	3,1	3,1	30,2
	30	5	5,2	5,2	35,4
	31	2	2,1	2,1	37,5
	32	1	1,0	1,0	38,5
	33	8	8,3	8,3	46,9
	35	7	7,3	7,3	54,2
	36	1	1,0	1,0	55,2
	37	3	3,1	3,1	58,3
	38	5	5,2	5,2	63,5
	39	2	2,1	2,1	65,6
	40	1	1,0	1,0	66,7
	41	3	3,1	3,1	69,8
	42	1	1,0	1,0	70,8
	43	3	3,1	3,1	74,0
	44	1	1,0	1,0	75,0
	45	3	3,1	3,1	78,1
	47	2	2,1	2,1	80,2
	48	6	6,3	6,3	86,5
	49	1	1,0	1,0	87,5
	51	2	2,1	2,1	89,6
	52	1	1,0	1,0	90,6
54	1	1,0	1,0	91,7	
57	1	1,0	1,0	92,7	
58	4	4,2	4,2	96,9	
66	1	1,0	1,0	97,9	

	73	1	1,0	1,0	99,0
	79	1	1,0	1,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Gráfico N° 12: Edad de los Encuestados



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

La encuesta ha sido aplicada a personas de entre 21 a 79 años de edad, indicando que la edad con más porcentaje de encuesta es la de 28 años de edad entre varones y mujeres.

INTERPRETACIÓN

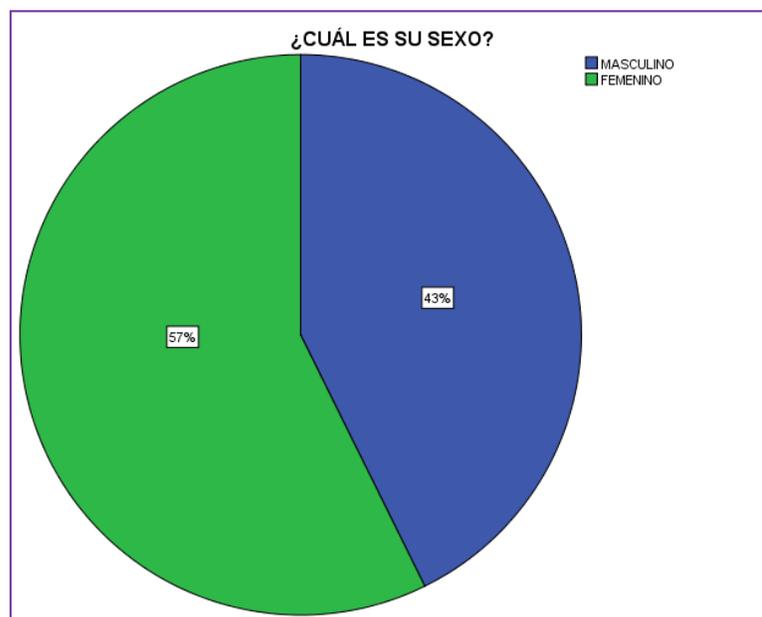
Las personas encuestadas promedia entre la edad de 21 a 79 años, las encuestas realizadas se trabajaron con pobladores de mayor edad, con el propósito de medir en su totalidad el conocimiento que se tiene de la gastronomía en la Provincia de Huancabamba, analizando el nivel de conocimiento que se tiene entre pobladores de edad mayor comparado con el poblador de edad media.

Tabla N° 28: Sexo de los Encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MASCULINO	41	42,7	42,7	42,7
	FEMENINO	55	57,3	57,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 13: Sexo de los Encuestados



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

Este gráfico nos indica que la mayor parte de encuestados fueron mujeres con un 55% y 41 varones; siendo las personas encuestadas 96 pobladores de acuerdo a estudio.

INTERPRETACIÓN

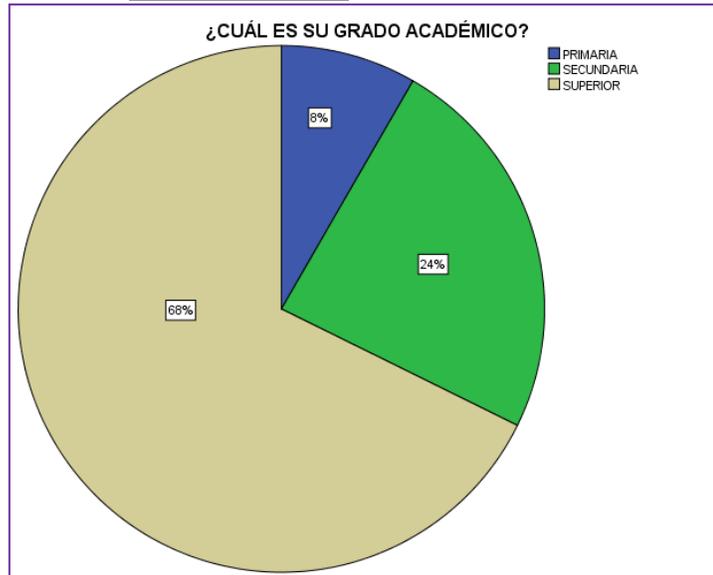
La encuesta fue aplicada a mujeres en su mayoría, con el propósito de medir el nivel de conocimiento de las mujeres ya que son ellas las más involucradas en cuanto a comida nos referimos, como también adquirir respuestas de varones y evaluar el nivel de conocimiento que tiene ese género.

Tabla N° 29: Grado Académico de los Encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PRIMARIA	8	8,3	8,3	8,3
	SECUNDARIA	23	24,0	24,0	32,3
	SUPERIOR	65	67,7	67,7	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 14: Grado Académico



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS:

Aquí se muestra y detalla el grado académico de los encuestados, teniendo como resultado que el 8% tienen estudios primarios, el 24% estudios secundarios y el 66% estudios superiores, viendo una clara diferencia en el nivel de estudios de los pobladores.

INTERPRETACIÓN:

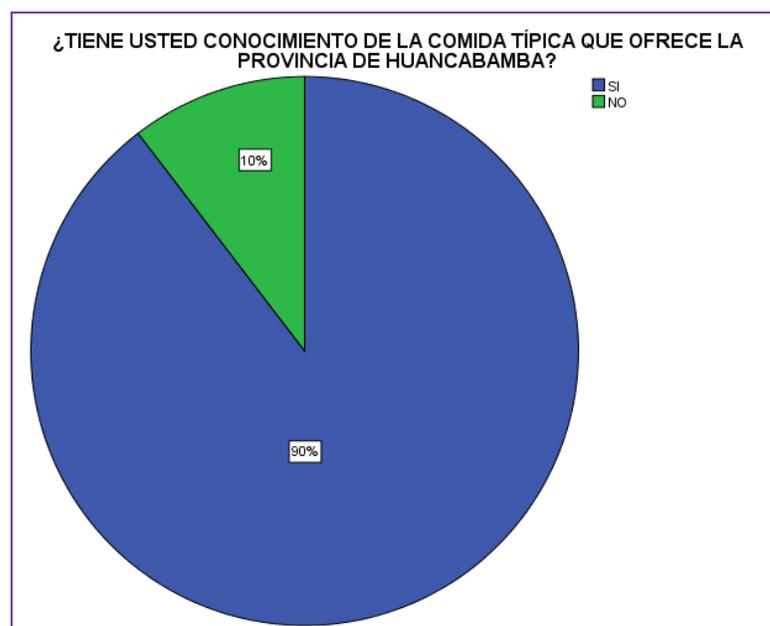
El gráfico indica que la gran mayoría de los encuestados cuentan con estudios superiores, esto refleja el buen nivel en el que se encuentra la población de la ciudad de Huancabamba, indicando que las respuestas adquiridas serán tomadas desde otra perspectiva.

Tabla N° 30: Conocimiento de la Comida Típica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	86	89,6	89,6	89,6
	NO	10	10,4	10,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 15: Conocimiento de la Comida Típica



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

El gráfico muestra que una clara respuesta en la pregunta realizada, el 90% de los encuestados responde que si tiene conocimiento de los platos típicos y el 10% restante dice que no, lo cual indica que no todos los pobladores saben de la gastronomía que hay en su localidad.

INTERPERTACIÓN

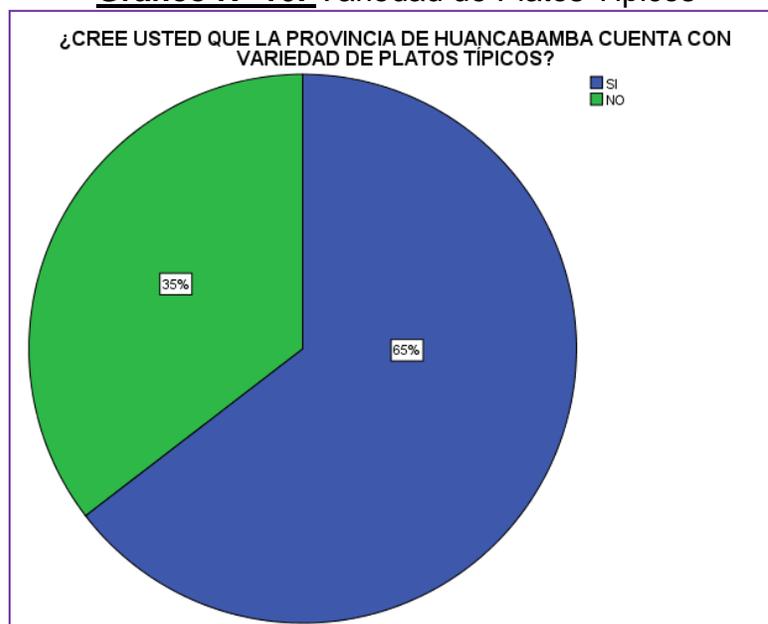
El 90% de los pobladores responden que si tienen conocimiento sobre la gastronomía de la ciudad, indicando una gran ventaja para la investigación; pero hay un 10% que indica que no lo sabe, mostrando claramente que se desconoce el tema gastronómico y por consiguiente esto representa desventaja en la *identidad* del poblador, se debe trabajar de la mano con el poblador e involucrados para así conseguir el desarrollo del turismo gastronómico en la Provincia.

Tabla N° 31: Variedad de Platos Típicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	62	64,6	64,6	64,6
	NO	34	35,4	35,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 16: Variedad de Platos Típicos



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS:

El 65% de los encuestados responden que Huancabamba si cuenta con variedad de platos típicos, pero el 35% restante indica que no hay variedad de platos, esto muestra un claro mapa de los pobladores que no tienen conocimiento de los platos de la zona.

INTERPRETACIÓN

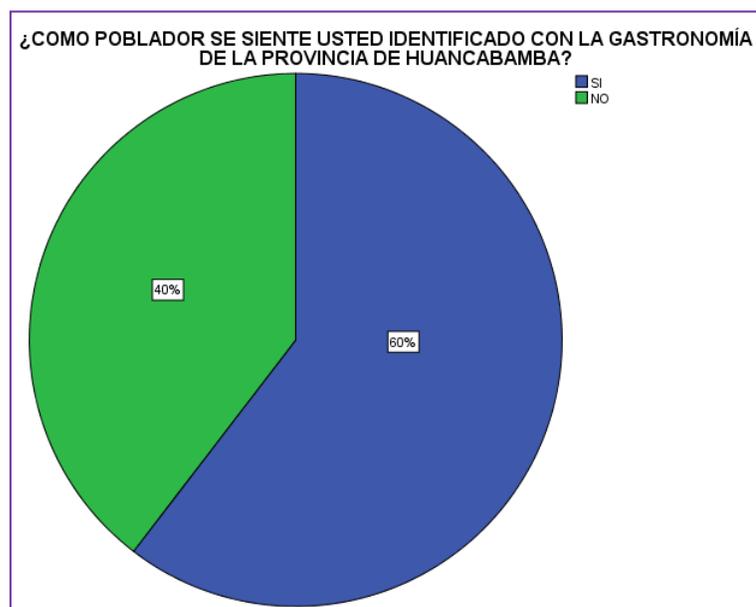
El gráfico muestra una desventaja ante los resultados, parte de la población no maneja la información gastronómica, indicando que no hay variedad de platos; Huancabamba cuenta con variedad de platos, bebidas y postres a ofrecer; se debe trabajar en promocionar, difundir y promover más la gastronomía en la Provincia de Huancabamba.

Tabla N° 32: Identidad con la Gastronomía de Huancabamba

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	58	60,4	60,4	60,4
	NO	38	39,6	39,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 17: Identidad con la Gastronomía de Huancabamba



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

Este gráfico nos detalla de cómo el 60% se siente identificado con la Gastronomía de Huancabamba y el 40% responde que no, esto es una clara manera de ver como la población no tiene identidad gastronómica, siendo un alto porcentaje de desventaja de desarrollo para la comida típica.

INTERPRETACIÓN

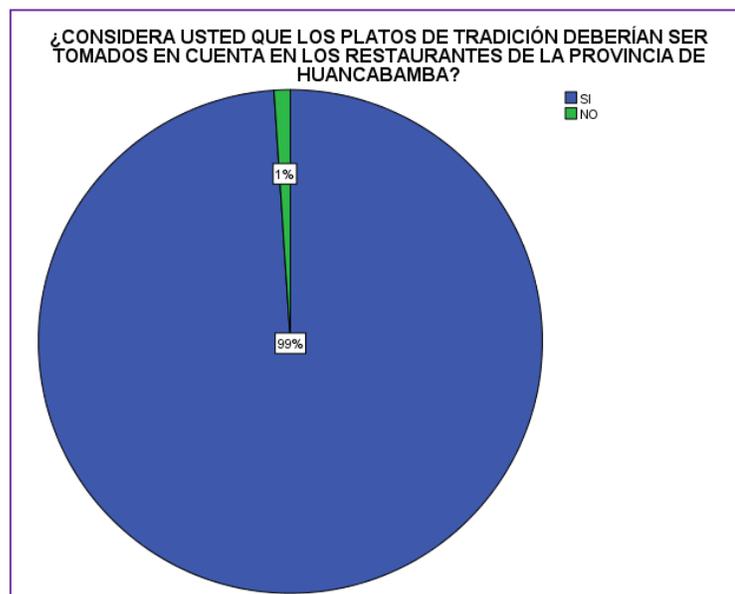
El resultado muestra demuestra que en la comunidad huancabambina, la población muestra un buen porcentaje un desinterés en la Gastronomía de la ciudad, esto indica que los pobladores necesitan recibir constantes charlas o capacitaciones donde se rescate la cultura gastronómica de la Provincia de Huancabamba.

Tabla N° 33: Interés de los Platos de Tradición en los Restaurantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	95	99,0	99,0	99,0
	NO	1	1,0	1,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 18: Interés de los Platos de Tradición en los Restaurantes



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS:

El 99% de las personas encuestadas avalan la idea de presentar y ofrecer los platos típicos en los restaurantes de la Provincia, pero hay un 1% que indica que no, es decir; que hay una pequeña parte de la población que no apoya la idea de dar a conocer la gastronomía de su localidad.

INTERPRETACIÓN:

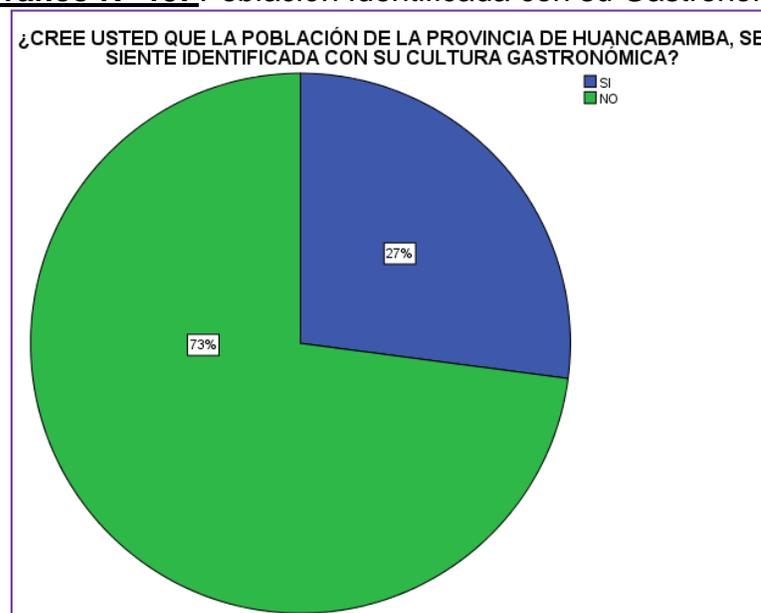
La respuesta obtenidas son casi en su totalidad positivas, esto indica que los pobladores consideran que la Gastronomía de Huancabamba si se encuentra en las condiciones para ser expuestos y presentados a los restaurantes de la Provincia; así mismo se debe tener en cuenta que cierto porcentaje de la población considera que la Gastronomía aún no está apta para ser expuesta a los comensales en Restaurantes.

Tabla N° 34: Población Identificada con su Gastronomía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	26	27,1	27,1	27,1
	NO	70	72,9	72,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 19: Población Identificada con su Gastronomía



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

El 73% de los encuestados opinan que en su Provincia si hay Identidad gastronómica, pero el 27% indica que no, esto nos orienta que en la localidad hay pobladores que no creen que la gastronomía pueda ser una fuente de desarrollo para la Huancabamba, aunque este porcentaje sea menor se debe tomar en cuenta y trabajar en ello.

INTERPRETACIÓN

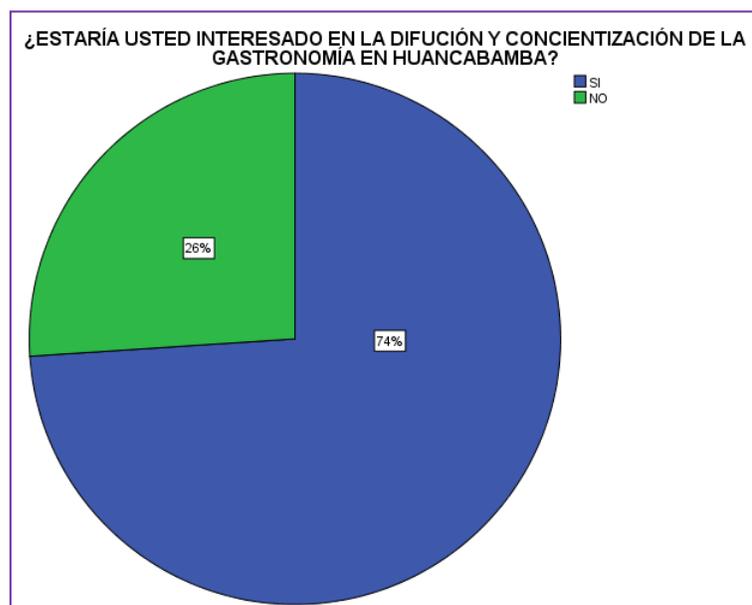
La población en un 73% indica que se siente identificado con su cultura Gastronómica, esto muestra que la mayoría de los pobladores, están en la disponibilidad de participar en procesos de desarrollo enfocado a difundir la comida tradicional de la Provincia de Huancabamba

Tabla N° 35: Interesados en la Difusión y Concientización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	71	74,0	74,0	74,0
	NO	25	26,0	26,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 20: Interesados en la Difusión y Concientización



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS:

El gráfico indica que hay una cierta parte de la población siendo el 26% que no estaría interesado en participar en la difusión y concientización de la Gastronomía, dando como resultado que los pobladores no ven a la gastronomía como alternativa que los beneficie.

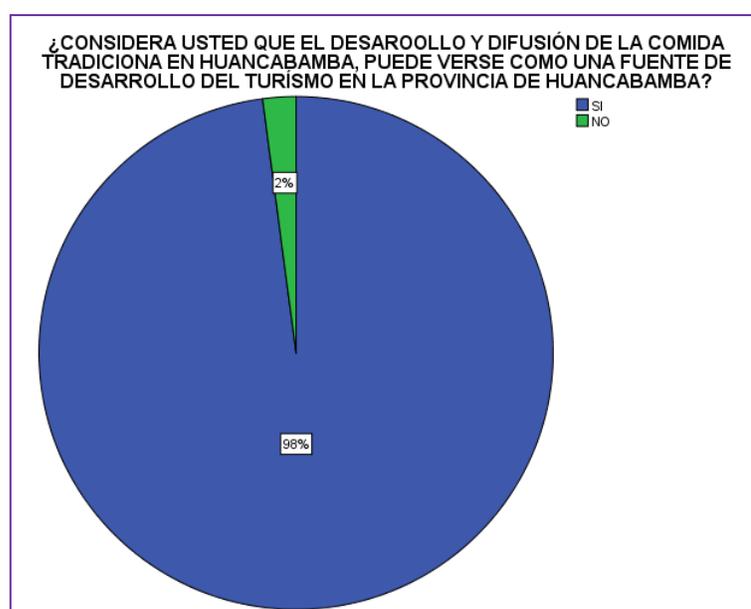
INTERPRETACIÓN:

Un porcentaje del 74% dando su aprobación en ser partícipes en la promoción, difusión y concientización de la Gastronomía en Huancabamba, esto demuestra que los entes involucrados en desarrollar esta actividad económica, deben iniciar a trabajar con pobladores y autoridades para realiza un trabajo en conjunto y poder así ampliar las alternativas de desarrollo en la comunidad.

Tabla N°36: Desarrollo y Difusión de la Comida Tradicional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	94	97,9	97,9	97,9
	NO	2	2,1	2,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Gráfico N° 21: Desarrollo y Difusión de la Comida Tradicional



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

Si se logra el desarrollo y difusión de la comida tradicional los encuestados consideran que si se podría ver como una fuente de desarrollo para el turismo en Huancabamba, considerando que hay un 2% de población piensa todo lo contrario, mostrando el desinterés de los pobladores por esta nueva alternativa de desarrollo

INTERPRETACIÓN

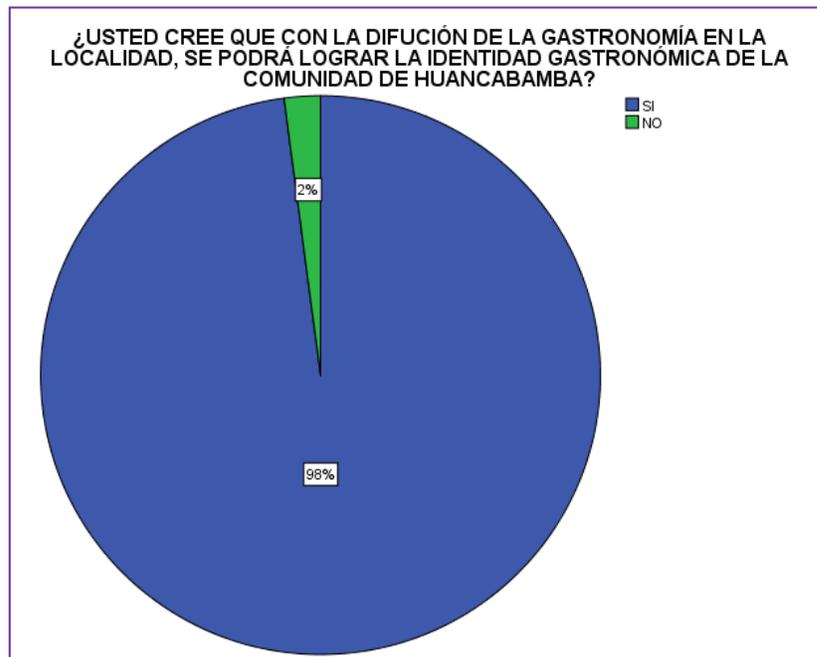
La participación de la comunidad en trabajar en la concientización de la Gastronomía en los pobladores es de suma importancia para poder lograr así que esta actividad se desarrolle con beneficios y oportunidades económicas en los pobladores de la Provincia de Huancabamba; la promoción, difusión y concientización de la comida oriunda traerá como objetivo principal convertir a la Gastronomía de Huancabamba en una fuente de desarrollo más en las comunidades.

Tabla N° 37: Lograr Identidad Gastronómica en la Comunidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	94	97,9	97,9	97,9
	NO	2	2,1	2,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 22: Lograr Identidad Gastronómica en la Comunidad



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

El gráfico indica y detalla que la difusión de la gastronomía en Huancabamba según los encuestados, se lograría la identidad gastronómica en los pobladores, cumpliendo así con los objetivos propuestos en la investigación.

INTERPRETACIÓN

Los pobladores aprueban en su mayoría que el promover la Gastronomía en Huancabamba logrará obtener un mejor resultado en la Identidad de la cultura Gastronómica en el poblador, y así mismo trabajar en unión con entidades competentes a difundir la comida tradicional.

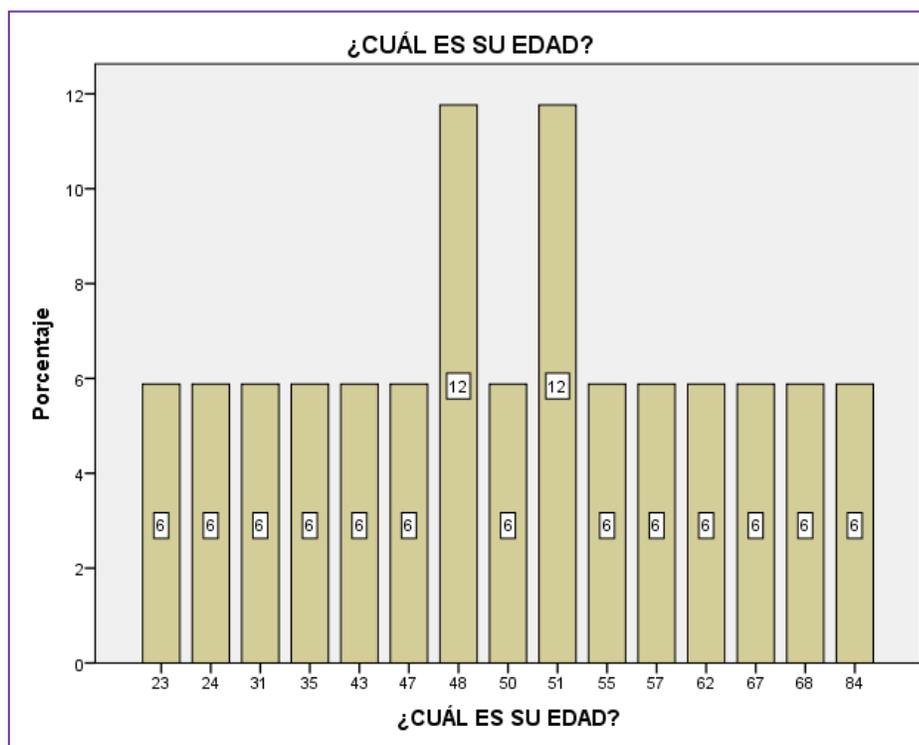
b. ENCUESTA A DUEÑOS DE RESTAURANTES

Tabla N° 38: Edad de los Encuestados

¿CUÁL ES SU EDAD?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	23	1	5,9	5,9	5,9
	24	1	5,9	5,9	11,8
	31	1	5,9	5,9	17,6
	35	1	5,9	5,9	23,5
	43	1	5,9	5,9	29,4
	47	1	5,9	5,9	35,3
	48	2	11,8	11,8	47,1
	50	1	5,9	5,9	52,9
	51	2	11,8	11,8	64,7
	55	1	5,9	5,9	70,6
	57	1	5,9	5,9	76,5
	62	1	5,9	5,9	82,4
	67	1	5,9	5,9	88,2
	68	1	5,9	5,9	94,1
	84	1	5,9	5,9	100,0
		Total	17	100,0	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 23: Edad de los Encuestados



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

Las encuestas se realizaron a personas entre 23 a 84 años, realizando 17 encuestas a los dueños de los restaurantes.

INTERPRETACIÓN

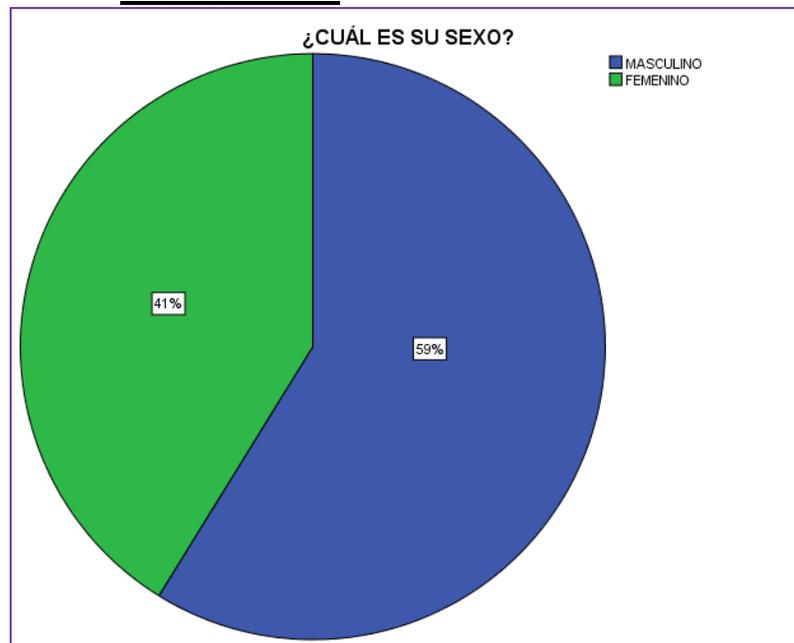
Las encuestas aplicadas a los dueños de Restaurantes, fueron realizadas con el objetivo de obtener resultados fidedignos; las personas encuestadas accedieron, en el cual encontramos una variación edades considerables.

Tabla N° 39: Sexo de los Encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MASCULINO	10	58,8	58,8	58,8
	FEMENINO	7	41,2	41,2	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 24: Sexo de los Encuestados



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

Se indica que la encuesta fue realizada a los dueños de los restaurantes, quienes fueron 10 varones y 7 mujeres.

INTERPRETACIÓN

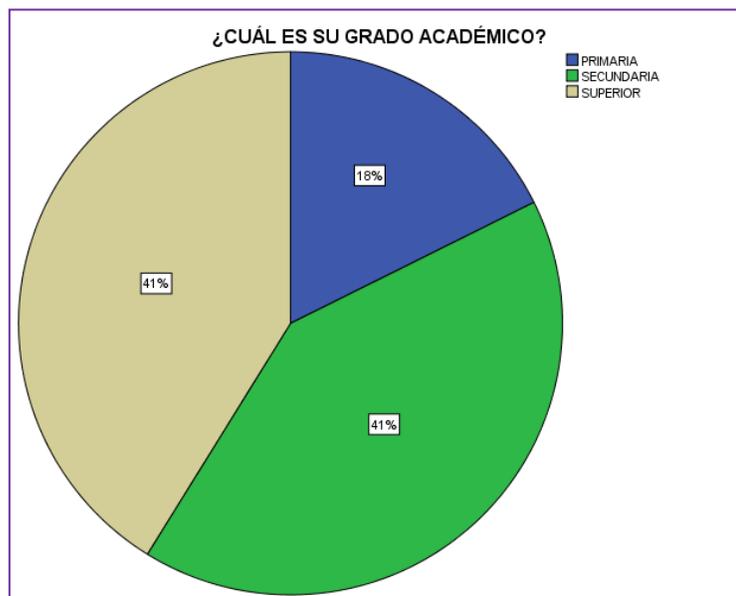
La encuesta fue aplicada a los dueños de los restaurantes, quienes en su mayoría fueron hombres, resaltando la preferencia e inclinación por promover la Gastronomía el sexo masculino.

Tabla N° 40: Grado Académico de los Encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PRIMARIA	3	17,6	17,6	17,6
	SECUNDARIA	7	41,2	41,2	58,8
	SUPERIOR	7	41,2	41,2	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 25: Grado Académico de los Encuestados



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

El gráfico muestra el porcentaje de los encuestados en su nivel académico; el 18% indica un nivel de educación de primaria, el 41% un nivel de educación secundario y el otro 41% muestra un nivel superior.

INTERPRETACIÓN:

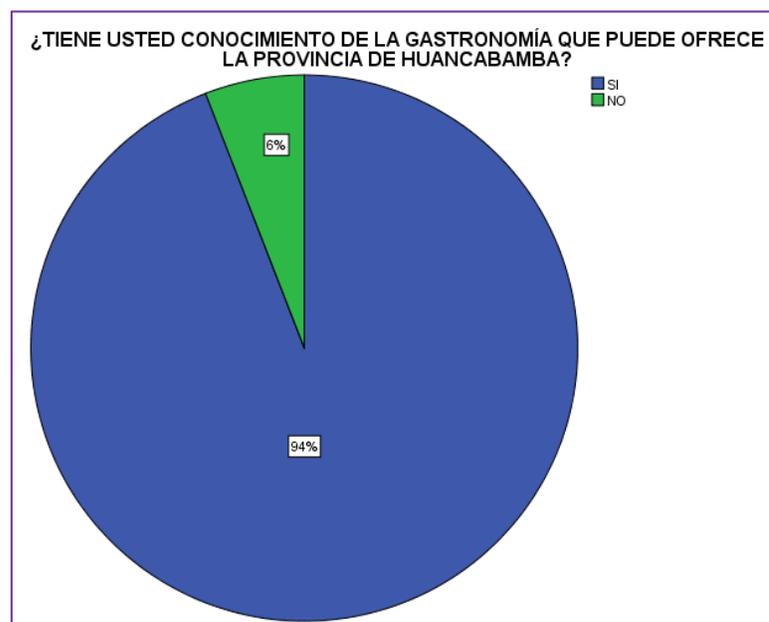
Los resultados obtenidos muestran una variación discreta en los resultados, mostrando que la mayoría de los dueños de restaurantes tiene una educación de nivel secundario e nivel superior, cabe resaltar que para realizar el arte de cocinar no es necesario el nivel de estudio pero se debe tener en cuenta que el estudio ayuda a obtener un nivel de cultura e educación superior.

Tabla N° 41: Conocimiento de la Gastronomía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	16	94,1	94,1	94,1
	NO	1	5,9	5,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 26: Conocimiento de la Gastronomía



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

El gráfico detalla que el 94% de los encuestados tienen conocimiento de la gastronomía en Huancabamba, pero hay un 6% restante que no tiene ni idea de este tema, indicando que hay dueños de restaurantes dedicados a este rubro no cuentan con nociones sobre la comida que brinda la localidad.

INTERPRETACIÓN

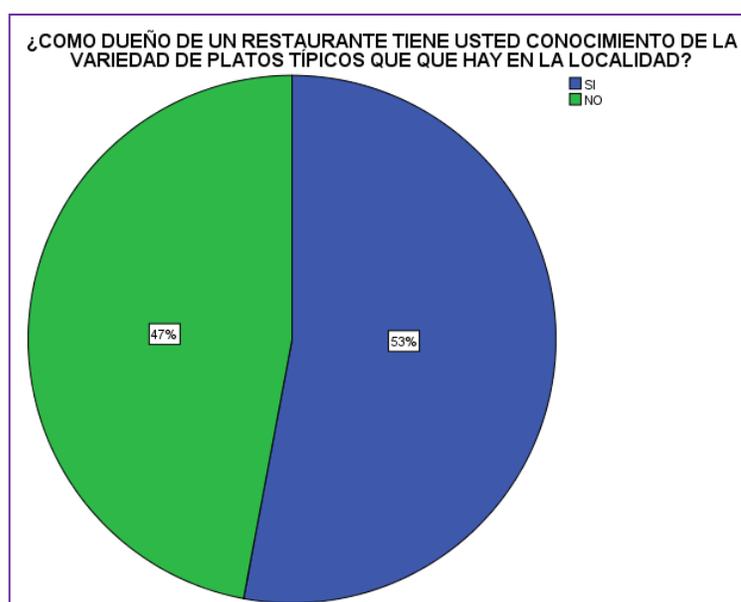
La encuesta realizada a los dueños de restaurantes, define que hay conocimiento de las Gastronomía en Huancabamba indicando esto, actualmente muchos restaurantes no ven a la platos de tradición como alternativa para ser preparados y ofrecidos al público en general.

Tabla N° 42: Conocimiento de la Variedad de Platos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	9	52,9	52,9	52,9
	NO	8	47,1	47,1	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 27: Conocimiento de la Variedad de Platos



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

Se observa que hay un 53% de los dueños de restaurantes que saben de variedad de platos, y un 47% menciona que no, siendo un porcentaje bastante alto de respuestas en desventaja, quiere decir que muestra uno de los motivos por el cual los dueños no ofrecen estos platos típicos, pues no saben cuáles son.

INTERPRETACIÓN

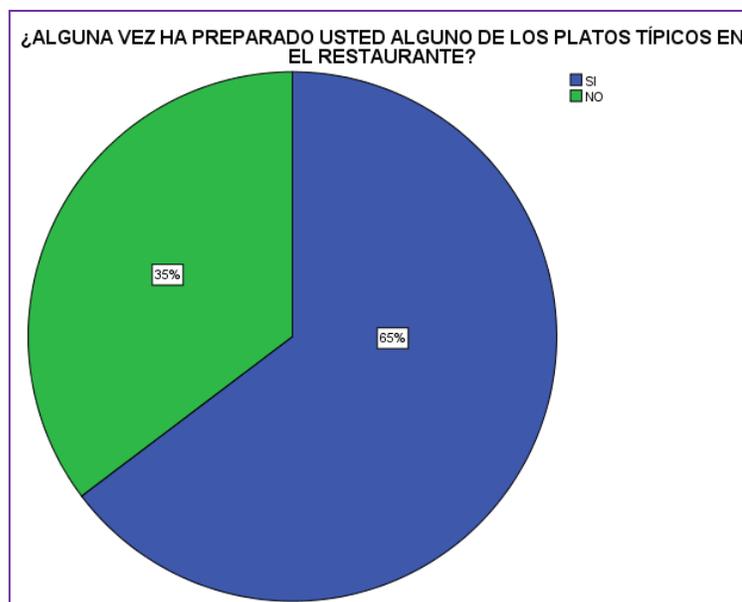
La variación de porcentajes en respuestas aun no es definida por los encuestados, los resultados arrojan que los dueños de restaurantes manifiestan tener conocimiento de la variedad de platos que existe en la ciudad; ellos indican saber de la Gastronomía pero más no manejar información de cuáles y cuántos son los platos que se pueden ofrecer.

Tabla N° 43: Preparación de los Platos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	11	64,7	64,7	64,7
	NO	6	35,3	35,3	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 28: Preparación de los Platos



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

El gráfico indica que la preparación de los platos no es del todo buena en los restaurantes, hay un 35% que ha indicado que la preparación de uno de los platos típicos, nunca se ha preparado en su negocio, esto indica que la mayoría de los encuestados están dispuestos a ofrecer y presentar los platos tradicionales en los restaurantes de la Provincia de Huancabamba

INTERPRETACIÓN

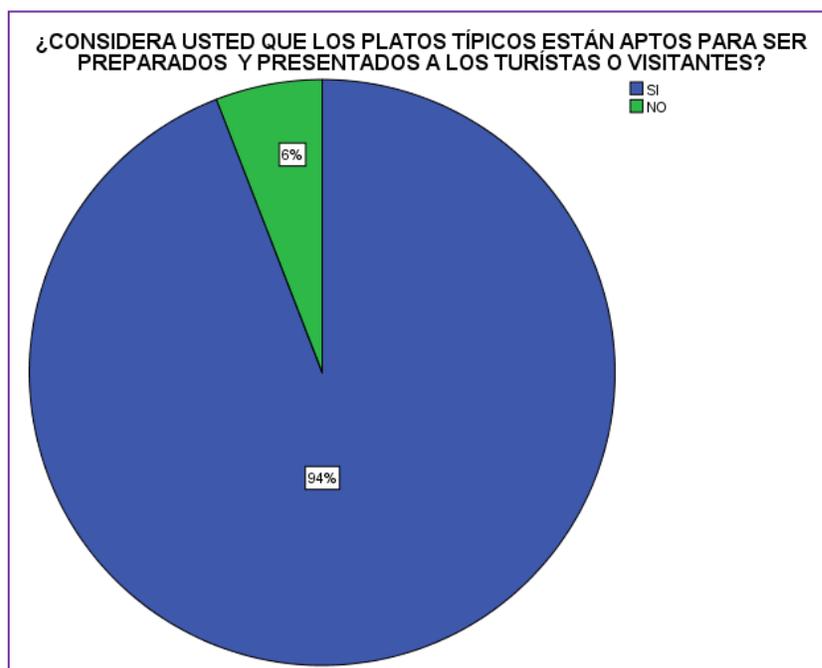
Los encuestados indican que al menos una vez han prepararon los platos típicos de la Provincia de Huancabamba, cabe resaltar que ellos solo manejan cierta parte de información de la Gastronomía de la ciudad, esto demuestra que la preparación se maneje entre dos a tres platos como máximo, esto por la falta de información y conocimiento que haya de estos platillos.

Tabla N° 44: Platos Aptos para ser Preparados y Presentados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	16	94,1	94,1	94,1
	NO	1	5,9	5,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 29: Platos Aptos para ser Preparados y Presentados



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

Es una clara respuesta de los dueños de restaurantes, motivo por el cual prefieren ofrecer otros platos antes que los de la Provincia de Huancabamba, considerando que estos platillos no están lo suficientemente bien preparados para ser ofrecidos al público, indicando que hasta ahora no se les ha brindado información del beneficio que esto les podría traer.

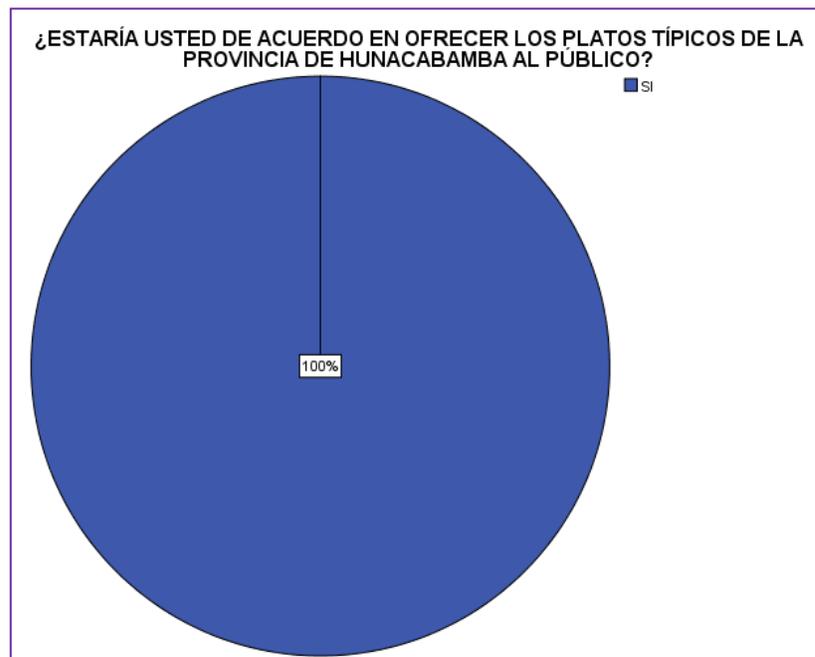
INTERPRETACIÓN

Los encuestados indican que los platos son lo suficientemente buenos en sabor para ser preparados en los restaurantes, indicando que existe el interés por parte de los dueños pero aún no se sienten convencidos de prepararlos y ofrecerlos como menú diario en sus Restaurantes.

Tabla N° 45: Ofrecer los Platos típicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	17	100,0	100,0	100,0

Gráfico N° 30: Ofrecer los Platos Típicos



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

Indicando la totalidad del 100% de respuestas a favor de ofrecer los platos típicos, los encuestados comienzan a manifestar el interés que puedan tener por el desarrollo de la gastronomía de Huancabamba.

INTERPRETACIÓN

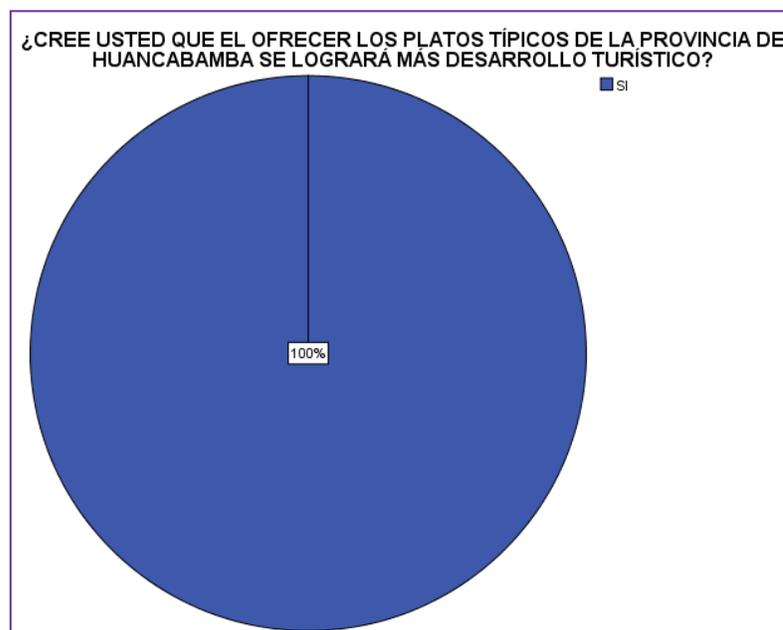
Los dueños de restaurantes, aprueban la idea de ofrecer los platos típicos de su localidad a los comensales, esto indica que siendo ellos mismos los cocineros aprueban que la Gastronomía de Huancabamba deba ser rescatada y promocionada, para así desarrollar una fuente de ingreso para los pobladores.

Tabla N° 46: Ofrecer los Platos Típicos y Lograr más Desarrollo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	17	100,0	100,0	100,0

FUENTE: Elaboración Propia

Gráfico N° 31: Ofrecer los Platos Típicos y Lograr más Desarrollo



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

En este gráfico se ve claramente como los encuestados opinan a un 100% que si se logra ofrecer los platos, Huancabamba se vería beneficiado en el rubro turístico, obteniendo ingresos económicos y mejora de desarrollo Provincial.

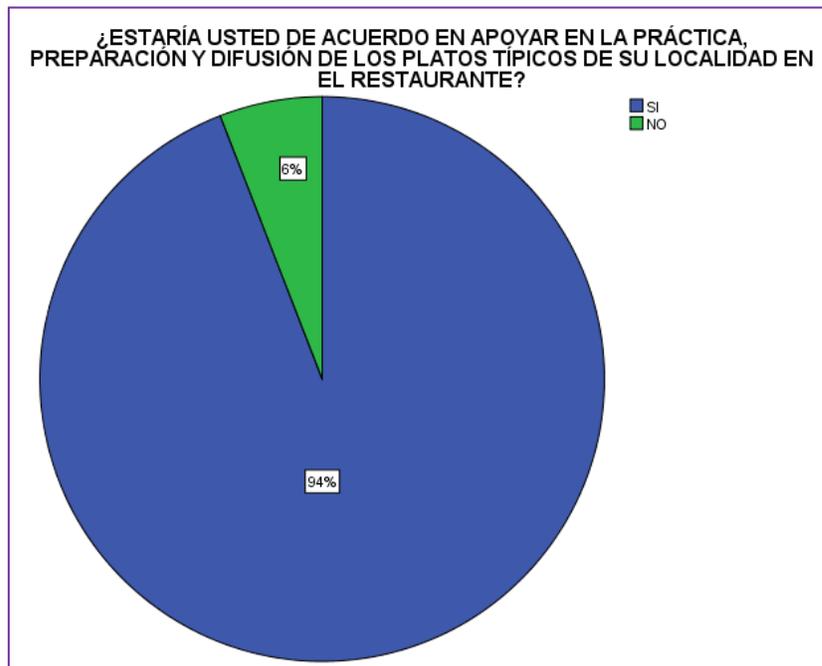
INTERPRETACIÓN

El desarrollo de un lugar está enfocado en diferentes aspectos, el desarrollo Gastronómico es una fuente más de alternativa económica para el poblador; los dueños de restaurantes no son ajenos a esta realidad que puede hacerse en la Provincia de Huancabamba; el 100% señalan que esto traería desarrollo a su localidad, se debe trabajar en la concientización al poblador promoviendo e inculcando una identidad cultural fija.

Tabla N° 47: Apoyar a la Práctica y Difusión de los Platos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	16	94,1	94,1	94,1
	NO	1	5,9	5,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Gráfico N° 32: Apoyar a la Práctica y Difusión de los Platos



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

El gráfico indica que la mayoría de los encuestados, está de acuerdo en apoyar a la práctica y preparación de platos típicos en los restaurantes, pero hay un 6% que opinan lo contrario, considerado como un punto en contra para la gastronomía, mostrando un desinterés en difundir la gastronomía en la Provincia de Huancabamba.

INTERPRETACIÓN

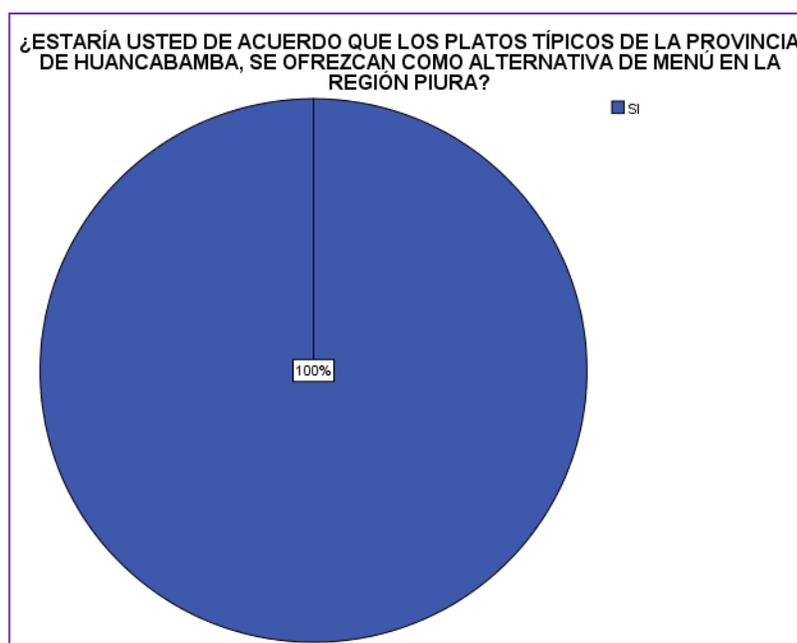
Los dueños de restaurantes mencionan que desarrollar una actividad Gastronómica en la Provincia de Huancabamba, traera avance y progreso; el 94% indica que apoyan en la práctica, promoción y difusión, pero un 6% muestra que no está de acuerdo en promover la Gastronomía, quiere decir que una cierta parte

de la población da por baja la alternativa de que la Gastronomía promueva un desarrollo en la Provincia.

Tabla N° 48: Ofrecer los Platos como Alternativa de Menú

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	17	100,0	100,0	100,0

Gráfico N°33: Ofrecer los Platos como Alternativa de Menú



FUENTE: Elaboración Propia

ANALISIS

El 100% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que los platos típicos se ofrezcan en la Región Piura, indicando que si consideran que los platos de tradición debería exteriorizarse, ser mostrados y reconocidos, no solo Provincialmente si no también Regionalmente.

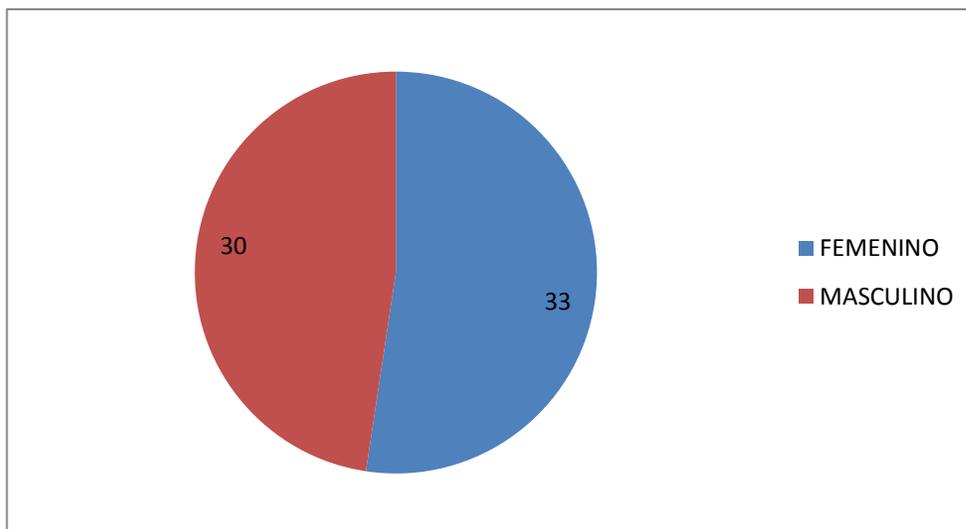
INTERPRETACIÓN

El 100% de los encuestados indican que se debe ofrecer y exteriorizar los platos típicos de la Provincia de Huancabamba, y se ofrezcan como alternativa de menú en los Restaurantes de la Región Piura; obteniendo así un reconocimiento Regional, y poder mostrar un potencial más que tiene Huancabamba.

c. RESULTADOS ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA REALIZADA A ADMINISTRATIVOS, DOCENTES Y ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERRUANAS – FILIAL PIURA

1. Sexo de los Encuestados

Gráfico N°34: Sexo de los Encuestados



INTERPRETACIÓN

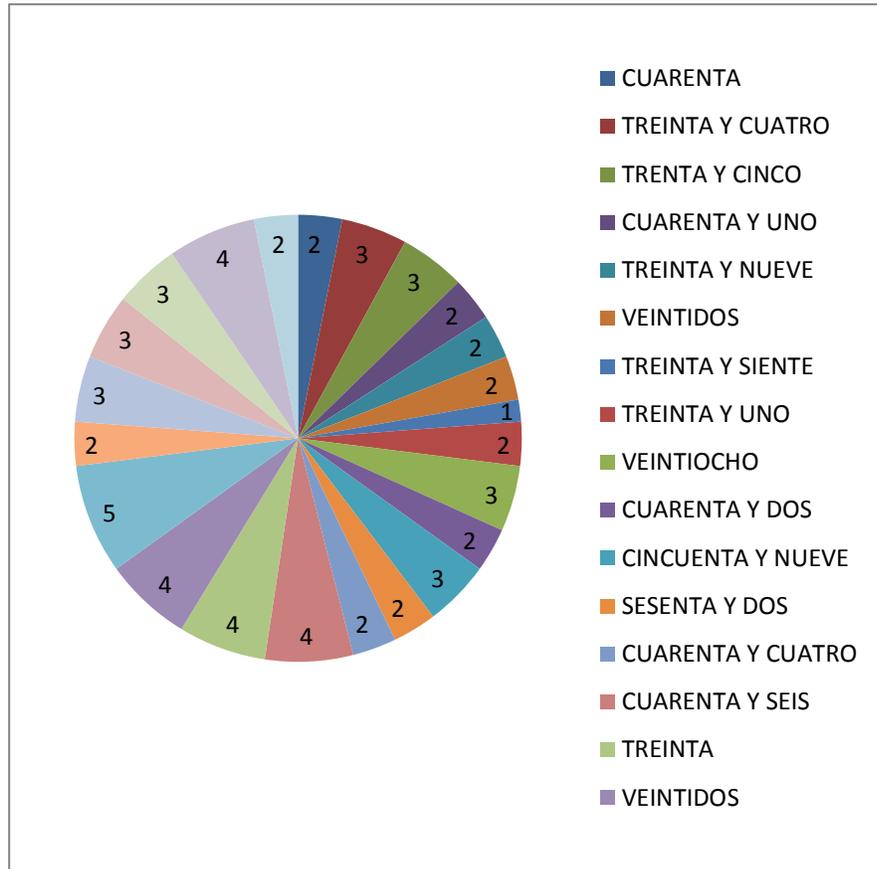
Las personas encuestadas que fueron entre administrativos, docentes y alumnos de la Universidad Alas Peruanas – Filia Piura fueron en total 63 encuestados, contando con 33 mujeres y 30 hombres.

Edad de los encuestados

TABLA N° 49: Edad de los Encuestados

CUARENTA	2
TREINTA Y CUATRO	3
TRENTA Y CINCO	3
CUARENTA Y UNO	2
TREINTA Y NUEVE	2
VEINTIDOS	2
TREINTA Y SIETE	1
TREINTA Y UNO	2
VEINTIOCHO	3
CUARENTA Y DOS	2
CINCUENTA Y NUEVE	3
SESENTA Y DOS	2
CUARENTA Y CUATRO	2
CUARENTA Y SEIS	4
TREINTA	4
VEINTIDOS	4
DIESIOCHO	5
VEINTITRES	2
VEINTICUATRO	3
DIESISIETE	3
DIESINUEVE	3
VEINTIUNO	4
VEINTICINCO	2

Gráfico N°35: Edad de los Encuestados



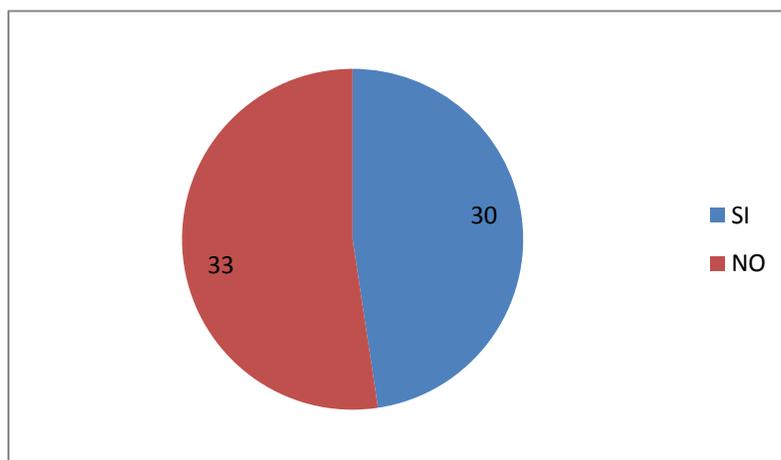
FUENTE: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

El gráfico nos muestra la cantidad de exacta de encuestados, teniendo un resultado de jóvenes de diecisiete años de edad hasta personas mayores de 60 años, analizando varios puntos de vista por los encuestados.

2. ¿Conoce los platos típicos de la Provincia de Huancabamba?

Gráfico N°36: Conocimiento de los Platos Típicos



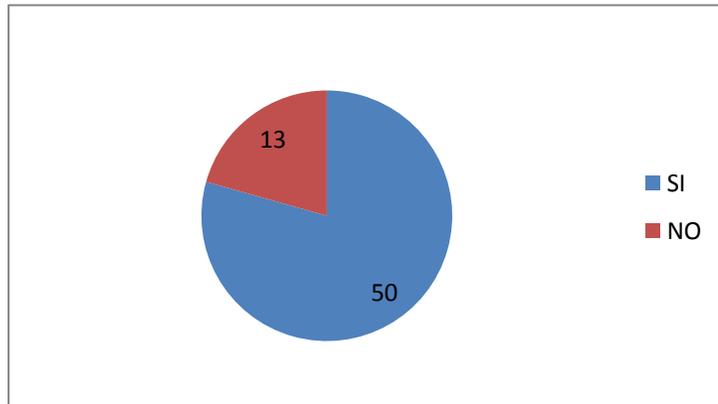
FUENTE: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

El resultado que nos muestra este gráfico, es el conocimiento que los administrativos, docentes y alumnos tienen sobre los platos típicos de la Provincia de Huancabamba, resultado que indica desventaja que no todos saben que en esta Provincia hay gastronomía que se puede ofrecer.

2. ¿Ha probado alguna vez algún plato típico de la Provincia de Huancabamba?

Gráfico N°37: Ha Probado Alguna vez este Plato



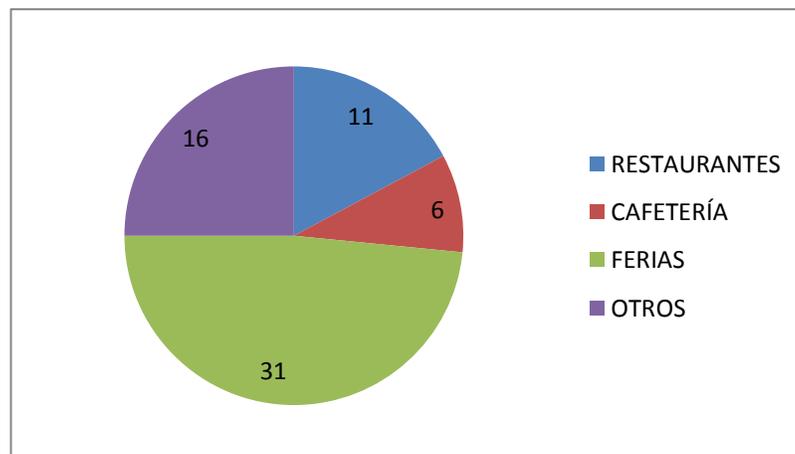
FUENTE: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra una respuesta muy positiva; pues la mayoría de los responde que si han probado estos platos ofrecidos de la Provincia de Huancabamba, siendo una desventaja que no los conozcan, el que los hallan probado beneficia en parte para el resultado de la investigación.

3. ¿Dónde lo has probado?

Gráfico N°38: En donde lo has Probado



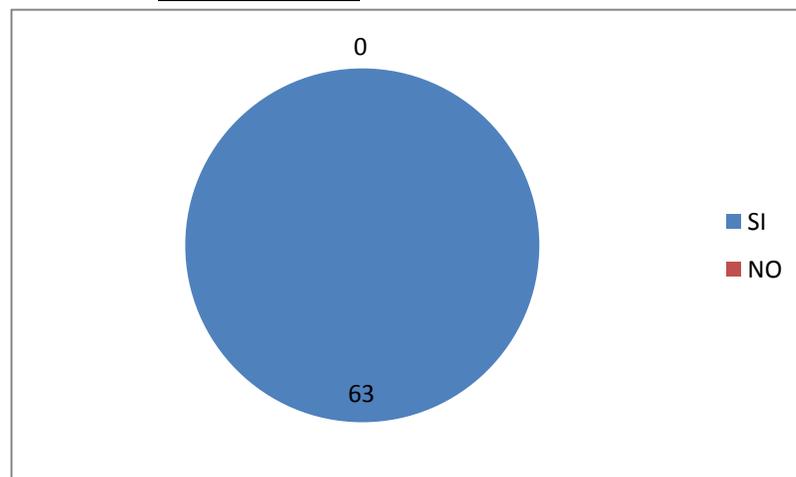
FUENTE: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

Los encuestados respondieron que el lugar en donde había probado la comida típica de Huancabamba ha sido en ferias, siendo el segundo lugar algún otro establecimiento o evento donde han podido degustar de estos platos.

4. ¿Volverías a probar este plato típico?

Gráfico N°39: Volverías a Probar este Plato



FUENTE: Elaboración Propia

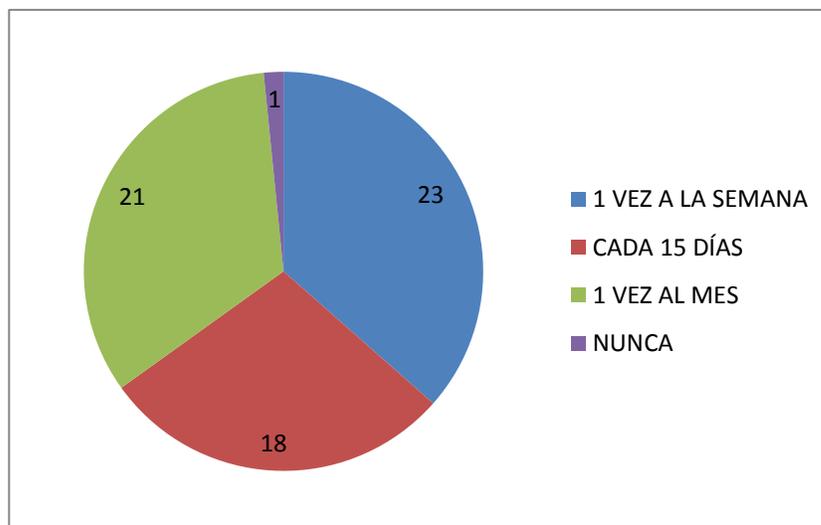
INTERPRETACIÓN

La totalidad al 100% de respuestas de que si volvería a probar estos platos, muestra la aceptación que los consumidores que tienen ante esta comida de la sierra Piurana

5. ¿Con que frecuencia lo consumirías?

6.

Gráfico N°40: Con qué Frecuencia lo Consumirías



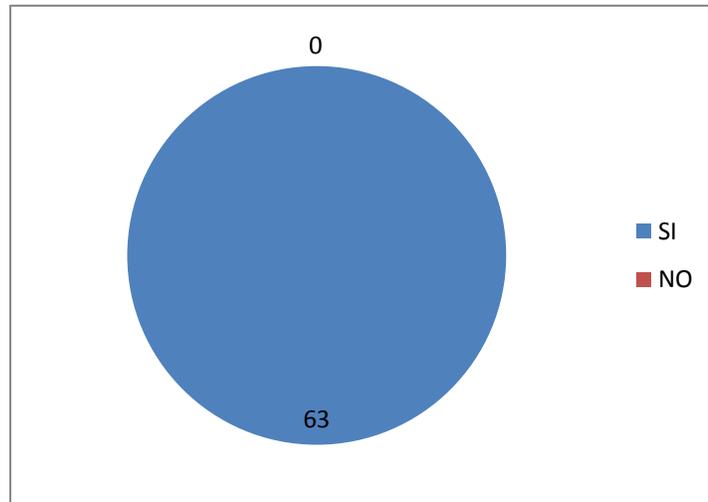
FUENTE: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que la mayoría de los encuestados volverían a comer este plato y degustarlo una vez a la semana, mostrando interés por los comensales; indicando un gran interés en la comida de la sierra por su sabor, calidad, gusto y presentación.

7. **¿Recomendarías este plato típico?** Gráfico N°41: Recomendarías este Plato

8.



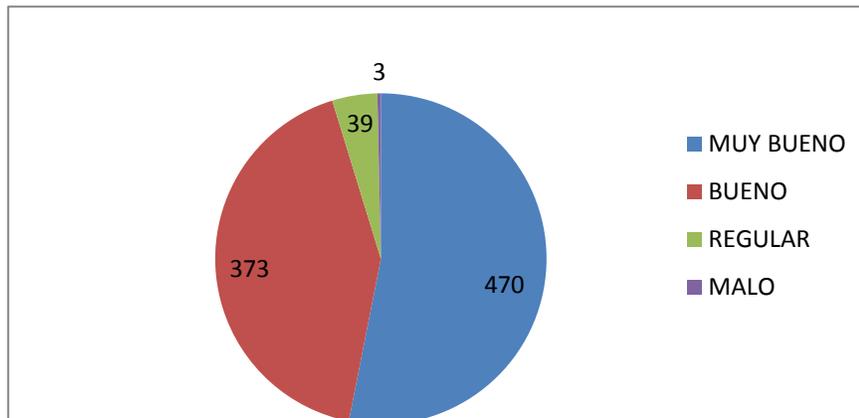
FUENTE: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

La respuesta indica que si recomendarían este plato; logrando una aceptación total en los administrativos, docentes y alumnos de la Universidad Alas Peruanas; resaltando que la comida de la sierra si esta apta para poder ser ofrecida en la ciudad de Piura y alrededores.

9. **¿Cómo calificas el plato típico presentado de la Provincia de Huancabamba?**

Gráfico N°42: Presentación de los Plato

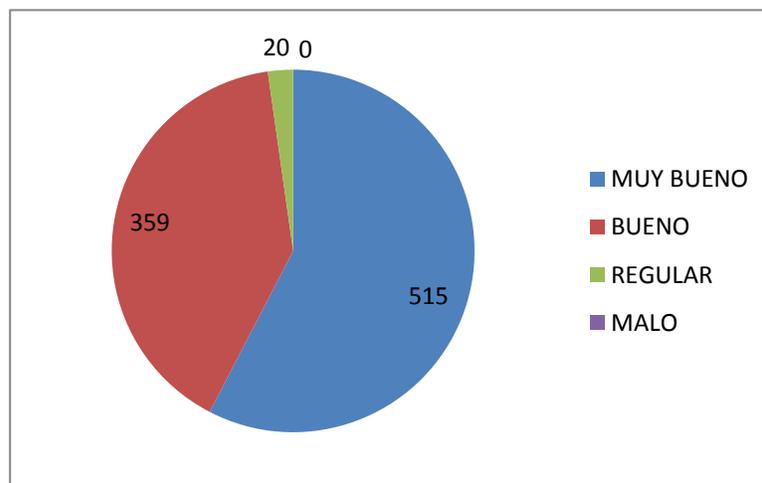


FUENTE: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

En la presentación de los platos, se muestra que la gran mayoría de los encuestados responde que fue muy buena, este es un resultado en lo general de la presentación de los 14 platos expuestos; mostrando efectos positivos en los comensales a primera vista en presentación.

Gráfico N°43: Calidad de los Platos

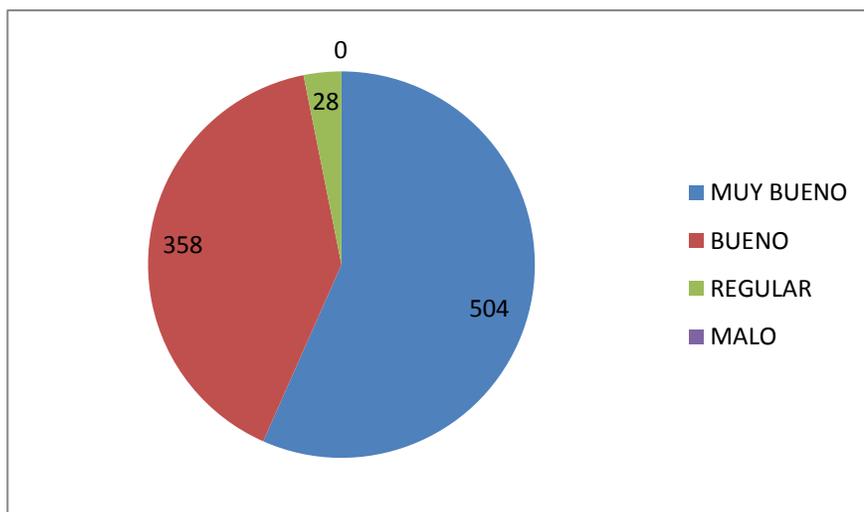


FUENTE: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

La mayoría de los encuestados respondieron que la calidad de los platos es muy buena y buena, con una diferencia de 20 que opinan que es regular, este resultado se debe analizar buscando estrategias de mejorar en cuanto a calidad del plato.

Gráfico N°44: Sabor de los Platos

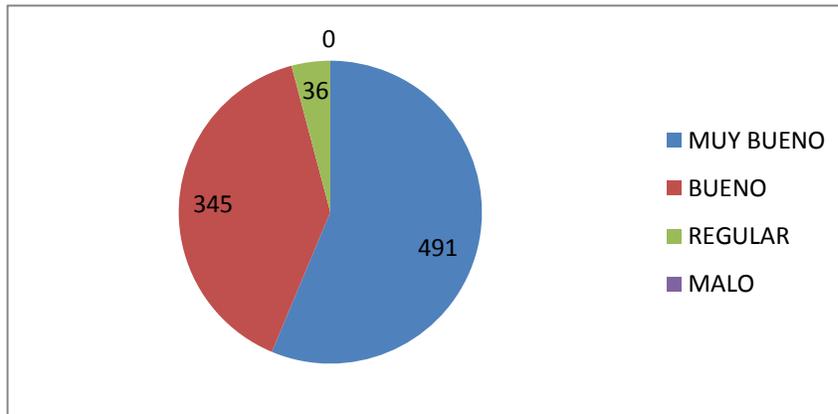


FUENTE: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

Las respuestas son definitivamente positivas y beneficiosas; considerando las dos respuestas de mayor porcentaje, nos muestra que el sabor obtenido en los platos expuestos logro convencer a todos los encuestados; mostrando una diferencia muy pequeña lo cual nos dice que no todos estuvieron de acuerdo con este sabor obtenido.

Gráfico N°45: Gusto de los Platos



FUENTE: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

Con lo que respecta al gusto de los platos presentados, también se obtuvo un buen resultado, eso quiere decir que en la gran mayoría de los platos lograron aceptación y satisfacción total de los comensales; aquí el gráfico muestra que el gusto no fue del todo bueno, un cierto porcentaje de encuestados no estuvieron muy convencidos, lo cual se debe tener en cuenta y mejorar para no aumentar ese porcentaje obtenido.

3.3 ESTADIO 3: MODELO VIABLE

A. SAROCTMC

S: SOCIOS PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

Los socios para el desarrollo de la comida típica de la Provincia de Huancabamba fueron las personas con las que se trabajó para poder desarrollar la investigación realizada quienes contribuyeron a lograr los objetivos planteados; trabajando con los productores agrícolas quienes son los que brindaran los productos e insumos para la preparación de los platos tradicionales.

Otro de los socios es la Municipalidad Provincia de Huancabamba, quienes contribuirán con la ayuda necesaria para la ejecución de capacitaciones, y hacer que este estudio de investigación se desarrolle en su totalidad.

Los trabajadores y dueños de los restaurantes se enfocan en mejorar la calidad al servicio del cliente; sabores de la comida y la atención; donde se busca la aceptación del visitante en el restaurante.

A: ACTIVIDADES PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

Las actividades que se desarrollaron en la investigación es la elaboración de talleres de capacitación a las madres de familia de los comedores populares y padres de familia que apoyan voluntariamente a sus esposas en la labor diaria; el tema es direccionado principalmente a la importancia que tiene la comida típica de su localidad, proporcionándoles la información necesaria a las madres y padres de familia, con el objetivo primordial de incentivar la preparación y difusión de los platos tradicionales de la Provincia de Huancabamba.

Otra de las actividades que se realizó es la presentación de planes de capacitación a la Municipalidad Provincial de Huancabamba para los restaurantes y pobladores; donde se presentan temas orientados a la comida tradicional, donde se pueda desarrollar la gastronomía de manera completa con la ayuda de los pobladores, restaurantes y colegios.

Presentación y degustación de platos típicos de la Provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura, direccionado a los trabajadores, docentes, administrativos y alumnos de la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura, en donde se les dió a conocer la calidad, riqueza y variedad gastronómica con la que cuenta Huancabamba, presentando platos típicos con tradición ancestral.

Diseñar, ejecutar y difundir la presentación de un recetario gastronómico, el cual indicara cada uno de los platos típicos, la preparación, el tiempo de elaboración, insumos a utilizar y precios, indicando la variedad de platos y productos oriundos con los que se beneficia; el cual servirá de guía para los interesados en la gastronomía de la sierra Piurana.

R: GRUPO DE INTERÉS PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

En el grupo de interés con el que se trabajó y me permitió realizar la investigación fueron dos: los agentes y el dueño. Los agentes fueron personas y entidades que ayudaron muy amablemente; la oficina de Turismo de la Municipalidad de Huancabamba, quienes cumplieron un papel muy importante en la investigación; ya que fueron ellos las personas que ayudaron con información y datos necesarios que se requirieron en la investigación.

Los pobladores de la localidad, quienes son un punto clave; debido que son ellos las personas encargadas de recibir y atender a los turistas con la amabilidad, cortesía y respeto que estos se merecen; logrando que los visitantes se lleven la mejor impresión de la Provincia de Huancabamba.

Los cocineros de los restaurantes deberán estar lo suficientemente aptos y capacitados para desenvolver su papel, que son los que estarán directamente relacionados con los turistas como las personas encargadas de dar al turista parte muy importante de una visita “comida de calidad”.

Finalmente los docentes, administrativos y alumno de la universidad Alas Peruanas - Filial Piura, quienes participaron de la degustación de platos típicos de Huancabamba; donde se presentó y se expuso cada uno de los platos representativos de la sierra, todo ello con el objetivo de exteriorizar y medir el nivel de aceptación que tiene la gastronomía fuera de su localidad.

El segundo grupo de interés es el dueño; la Municipalidad Provincial de Huancabamba será la entidad encargada a la que se le presentara el proyecto de investigación, para así lograr como objetivo principal dar partida a un proceso de reconocimiento e interés de la comida tradicional, buscando la identificación e intervención del ente gestor a que desarrolle la Gastronomía Huancabambina y Región Piura.

O: OFERTA DE SOLUCIONES PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

Las ofertas de solución que se presentan para el desarrollo de la comida típica, es: la preocupación por la calidad de la materia prima, siendo una de las más importantes en la preparación de platos.

Variedad y buena presentación de platos de tradición, cumpliendo con los estándares de calidad que estos requieren.

Conseguir complacer al comensal, creando la necesidad de repetir el gusto, logrando una completa satisfacción del turista.

Accesibilidad de precios para adquirir los platos.

C: CLIENTES PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

Los clientes que serán los más beneficiados con la investigación y son los más directos, son los comensales (turistas/visitantes) de los restaurantes de la Provincia de Huancabamba, que disfrutarán de la variedad de platos tradicionales que se les dará a ofrecer en los restaurantes de la localidad.

Según el registro de se tiene en la Oficina de turismo de la Municipalidad, la llegada de turista nacionales y extranjeros a la Provincia de Huancabamba, se calcula una cifra 250 turistas al mes dependiendo la época del año que se encuentre por las consecutivas lluvias; teniendo muy presente que no todos los turistas llegan a la oficina para el debido registro aumentando la cantidad de turistas visitantes. Según el estudio realizado el 80% de los turistas buscan el turismo místico y el 20% restante otro tipo de turismo.

Se busca satisfacer en su totalidad a los turistas, sea cual sea el tipo de turismo que busquen practicar.

T: TRATO Y RELACIONES CON LOS CLIENTES PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

El trato y las relaciones que tienen los turistas o comensales los pobladores de la Provincia de Huancabamba debe ser amable, cordial y con respeto, buscando un ambiente seguro, confiable ofreciendo la mejor atención y comodidad del turista, siendo ellos los que darán el desarrollo y mejora de calidad de vida a la población local. Consiguiendo la satisfacción y confianza de cada uno de ellos se lograra atraer más visitantes

M: CANALES O MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

Los medios y canales de comunicación que se usó son folletos, las redes sociales promocionando la gastronomía de Huancabamba, páginas web mencionando la riqueza, variedad turística como también ferias gastronómicas mostrando los platos de tradición.

Trabajando con el DIRCETUR siendo la primera entidad con la que se trabajara para la Promoción y difusión de la comida típica. Usando la cuenta de Facebook de Turismo Huancabamba se mostrara fotos, videos e información turística y gastronómica de la Provincia de Huancabamba.

Estos serán los medios de comunicación usados para difundir la gastronomía y gran variedad de platos típicos que se pueden encontrar.

C: COSTOS ESTIMADOS PARA LOS PROYECTOS O PERFILES DE PROYECTOS

Los costos estimados para los proyectos.

10. Taller a comedores de populares

Tabla N° 50:Taller a Comedores Populares

Descripción	Monto
Materiales	S/. 17.50
Gasto en comida a preparar	S/. 90.00
Imprevistos	S/. 70.00
Total	S/. 217.00

11. Plan de capacitación a restaurantes y pobladores:

Tabla N° 51: Costos de Capacitación

Descripción	Monto
Alquiler del local	200.00
Alquiler de retroproyector	100.00
Materiales costo Promedio	100.00
Preparación de platos (10 platos)	720.00
Servicios por contrato a ponentes	450.00
Materiales	123.00
Total	1 693.00

12. Exposición de platos típicos de la Provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura:

Tabla N° 52:Gasto para Degustación

Descripción	Monto
Materiales	S/. 120.00
Gastos en preparación de cada uno de los platos para 6 personas:	
➤ Gallina con trigo	➤ S/. 40.00
➤ Cuy con papa	➤ S/. 25.00
➤ Coles con papa	➤ S/. 9.50
➤ Sango con queso	➤ S/. 7.80
➤ Mote con cerdo	➤ S/. 21.70
➤ Sopa de trigo	➤ S/. 14.00
➤ Trigo con leche	➤ S/. 8.10
➤ Zambumba con leche	➤ S/. 6.00
➤ Frito	➤ S/. 28.00
➤ Ceviche de carne	➤ S/. 14.40
➤ Tortillas con queso	➤ S/. 9.00
➤ Sancocho	➤ S/. 9.40
➤ Trucha	➤ S/. 24.20
TOTAL	S/. 217.10
Gasto por transporte	S/. 95.00
Gastos adicionales	S/. 50.00
TOTAL	S/. 482.00

FUENTE: Elaboración Propia

I: ANALISIS DE COSTO BENEFICIO

Al no tener un ingreso por el momento con la presente investigación, se está realizando el costo beneficio lo cual mostrara los costos que se están realizando en el trabajo de investigación mediante los objetivos y los beneficios que se tendrán al realizar cada uno de los objetivos planteados. Todo será autofinanciado sin tener una ganancia en la que me permita solventar todos los gastos realizados.

Tabla N° 53:Costo Beneficio

DESCRIPCION DE LA INVESTIGACION	COSTO S/.	BENEFICIO
TALLER A COMEDORES POPULARES	217.50	Conocimiento de los platos tradicionales a las madres de familia, presentando y degustando algunos de los platillos
PLAN DE CAPACITACIÓN	1693.00	Presentar el plan como profesional de turismo, hotelería y gastronomía a la Municipalidad Provincial de Huancabamba en beneficio para el desarrollo de la Provincia.
DEGUSTACION DE PLATOS	482.00	Presentar los platos tradicionales, mostrar la calidad, sabor y presentación de cada uno de estos.

B. PICTOGRAMA MEJORADO

Imagen N° 36: Huancabamba Situación Mejorada

SOCIOS



ACTIVIDADES



OFERTA



RELACION



CLIENTES



RECURSOS



CANALES

Facebook. Turismo
Huancabamba

Portal Municipalidad
Provincial de
Huancabamba



ESTRUCTURA DE COSTES



FLUJO DE INGRESOS - COSTOS



C. ANALISIS DE ESCENAS

Tabla N° 54: Escenas del Segundo Pictograma I

Los socios son también los que contribuirán con el desarrollo de la investigación, teniendo un papel muy importante a desenvolver para la mejora y desarrollo de Huancabamba.



El realizar las actividades para la importancia de la comida típica, ayudara a que los pobladores estén los suficientemente aptos y capacitados para con los turistas.



El ofrecer a los turistas productos de calidad, precios accesibles y las ganas de querer a volver a probar los platos serán unas de partes importantes para poder cumplir con la satisfacción del turista o comensal.



FUENTE: Elaboración Propia

Tabla N° 55: Escenas del Pictograma II

Las relaciones que se debe tener con el turista es muy importante ya que eso dependerá de cómo el turista se sienta en el lugar visitado, la seguridad y las ganas que tenga de volver a esta Provincia.



Los clientes serán los turistas o comensales tanto nacionales como extranjeros, que llegarán a la Provincia de Huancabamba buscando nuevas aventuras y expectativas.



Son aquellos recursos que benefician a la Provincia de Huancabamba, aprovechando cada uno de ellos en este caso los insumos oriundos y las tradiciones ancestrales que se puede encontrar



FUENTE: Elaboración Propia

D. LIENZO DE NEGOCIOS



3.4 ETADIO IV: MODELO CONCEPTUAL

A. PLAN DE CAPACITACIÓN RESTAURANTES Y POBLADORES



**PLAN DE CAPACITACION PARA
POBLADORES Y RESTAURANTES DE LA
PROVINCIA DE HUANCABAMBA**



HUANCABAMBA

DIOS TE DIO BENDICIONES SIN FIN



PLAN DE CAPACITACION PARA POBLADORES Y RESTAURANTES

HUANCABAMBA LA CIUDAD QUE CAMINA

INTRODUCCION

Huancabamba ubicada a 1928 m.s.n.m. En un extremo oriental del departamento y región Piura, creada mediante ley el 14 de enero de 1865. Conocida por turistas nacionales y extranjeros por sus lagunas medicinales, páramos andinos, naturaleza, cultura y diversidad culinaria.

Es un destino de alto potencial para atraer a diversos tipos de visitantes, siendo un lugar para descansar y disfrutar de todo lo que puede ofrecer esta magnífica localidad de la sierra Piurana. Siendo la gastronomía un punto muy importante para poder completar una visita de satisfacción para el turista, se necesita estar completamente apto de todos los conocimientos básicos de la comida típica de la Provincia.

Mediante un plan de capacitación se puede lograr que la población y los restaurantes estén lo suficientemente preparados y capacitados para brindar un estadía completa al turista; con información de insumos nativos, platos tradicionales, beneficios de desarrollo, etc. El poblador se sentirá identificado con su cultura gastronómica, los restaurantes darán la alternativa de ofrecer platos de tradición a los visitantes.

Apoyemos al desarrollo turístico de la Provincia de Huancabamba, impulsando la gastronomía de la localidad, buscando el beneficio del poblador, el desarrollo económico y gastronómico.

DATOS DE PLAN DE CAPACITACIÓN

1. TITULO DEL EVENTO:

CAPACITACIÓN: PLATOS DE TRADICIÓN DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA



2. JUSTIFICACIÓN

3. OBJETIVOS

4. METODOLOGÍA

5. TEMAS

- a. Comida tradicional
- b. Variedad de platos, insumos y preparación.
- c. Aspectos nutricionales
- d. Beneficio de los insumos.
- e. Práctica

6. DURACIÓN Y FECHA

7. PONENTE

8. CRONOGRAMA

9. PRESUPUESTO

3.5 ESTADIO V: PLAN Y PRACTICA

Tabla N° 56: Tabla de Plan y Práctica de los Objetivos

OBJETIVO	LOCAL		NACIONAL		INTERNACIONAL		
	PLAN	PRÀCTICA	PLAN	PRÀCTICA	PLAN	PRACTICA	
Elaborar un plan de capacitación para restaurantes, pobladores y colegios de la Provincia de Huancabamba, referente a la importancia que tiene la comida tradicional.	Elaboración de un plan de capacitación para restaurantes, colegios en la Provincia de Huancabamba.	Realizar el plan de capacitación en la Provincia de Huancabamba y con el apoyo de la Municipalidad a los restaurantes, pobladores y colegios.	Presentar el plan de capacitación al Dircetur siendo una entidad de apoyo al turismo, poder ejecutarlo en la ciudad de Piura	el de de capacitación en la ciudad de Piura, con chefs, personas interesadas en la Gastronomía de la Sierra Piurana.	Ejecutar el plan de de capacitación presentado y aceptado por entidades como el Dircetur, Pentur o Mincetur, se podría trabajar ya fuera del país.	Con el plan de capacitación, y totalidad en la Gastronomía de la Provincia de Huancabamba; se presentaría el arte culinario que tiene el Perú en el exterior.	
Elaborar un recetario de comidas tradicionales de la	Elaboración de un recetario que ayude a los restaurantes o	Lograr que el recetario esté al alcance de los pobladores o	Presentar el recetario a las entidades, o instituciones	el a región Piura y en otras ciudades,	El recetario sea aceptado en la región Piura y en otras ciudades, utilizado	Logrando que el recetario sea conocido y trabajado en este	Siendo aceptado el recetario, se trabajara para que sea

<p>Provincia de Huancabamba, que ayude a la elaboración de platos tradicionales a los pobladores.</p>	<p>de pobladores que sirva como ayuda o guía para la preparación de platos típicos.</p>	<p>que personas interesadas en la Gastronomía de Huancabamba, ayudando así a motivar más a la práctica y preparación de platos tradicionales.</p>	<p>restaurantes interesados, mostrando la variedad de platos de la tradición de la Provincia de Huancabamba interesadas en el conocimiento y preparación de platos de la sierra,</p> <p>Proponer a las entidades privadas o públicas a la ejecución de ferias o presentación de platos</p>	<p>mostrando la Gastronomía de la Provincia de Huancabamba estado al alcance de todas las personas interesadas en el conocimiento y preparación de platos de la comida Peruana.</p> <p>Realizar ferias gastronómicas, presentación de platos o una degustación de platos tradicionales de la Sierra Piurana</p>	<p>la Huancabamba como en la Región Piura, se trabajaría para una elección a la que pueda ser presentado a entidades gastronómicas como una alternativa de la comida Peruana.</p> <p>Presentar proyectos a entidades gubernamentales o privadas, presentando alternativas para dar a conocer la</p>	<p>promocionado internacionalmente, presentado como una elección a la gastronomía peruana que se puede desarrollar y exteriorizar.</p> <p>Realizar una feria gastronómica en el exterior, presentando el arte, diversidad, riqueza y cultura de la gastronomía, aprovechando las</p>
<p>Realizar un degustación de platos típicos de la Provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura</p>	<p>El realizar una degustación de platos típicos de la Provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura, presentando la</p>	<p>Realizar una degustación de platos de la tradición de la Provincia de Huancabamba, en la Universidad Alas</p>	<p>de platos</p>	<p>Realizar ferias gastronómicas, presentación de platos o una degustación de platos tradicionales de la Sierra Piurana</p>	<p>Presentar proyectos a entidades gubernamentales o privadas, presentando alternativas para dar a conocer la</p>	<p>Realizar una feria gastronómica en el exterior, presentando el arte, diversidad, riqueza y cultura de la gastronomía, aprovechando las</p>

	variedad y cultura gastronómica de la sierra Piurana	Peruanas- Piura; trabajando con los docentes, administrativos y alumnos, analizando la aceptación que tiene cada uno de estos platos	filial presentando proyectos a las entidades de apoyo a la gastronomía	típicos de la sierra Piurana; incluyendo la gastronomía de la sierra de Huancabamba en la gastronomía Peruana	a nivel nacional, incluyendo la gastronomía de la sierra de Huancabamba en la gastronomía Peruana	gastronomía del Perú – sierra Piurana, exteriorizándola en diferentes lugares del extranjero, dando a conocer la cultura gastronómica del Perú.	tradiciones ancestrales; exhibiendo los platos típicos que marcaran la diferencia a nivel nacional.
Incentivar a los comedores locales a la práctica y preparación de platos oriundos de la Provincia de Huancabamba	Realizar un taller para comedores populares de la Provincia de Huancabamba, tomando los temas de platos típicos,	Trabajar con los comedores populares, realizando un taller teórico – práctico, donde se hable de temas sobre la comida	Proponer y presentar taller a entidades de apoyo, presentando este taller como una alternativa	y el los comedores populares de la mano con entidades de apoyo; buscando y presentando la comida de la	Realizar talleres a los comedores populares de la mano con entidades de apoyo, quienes puedan brindar la ayuda necesaria donde se trabaje con	Plantear este taller de capacitación a entidades de apoyo, quienes puedan brindar la ayuda necesaria donde se trabaje con	Trabajar de la mano con grupos de ayuda social en el extranjero, brindando una alternativa de comida nutritiva y sana para las personas con

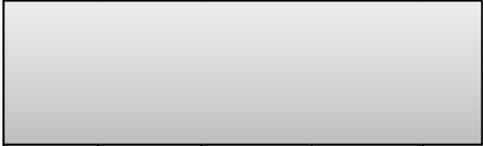
productos tradicionales de práctica, sierra Piurana personas o necesidades de oriundos, valor Huancabamba, aprovechando como una grupos de apoyo alimento a bajos nutricional, etc. buscando el los insumos de alternativa de a personas con costos. Buscando interés de las calidad y de preparación en recursos incentivar a las madres de alto valor los distintos económicos madres de familia; nutricional para comedores bajos en el familia a la aprovechando mujeres y populares, extranjero. práctica y los productos, niños, tratando de dar a preparación de presentar una buscando la conocer la cada uno de cantidad de aceptación de calidad y valor estos platos. platos para la la comida de la nutricional de degustación sierra Piurana cada uno de incentivando a la en los distintos estos. práctica de cada comedores uno de ellos. populares.

FUENTE: Elaboración Propia

2.6 ESTADIO VI Y VII319: ACTIVIDADES Y PLAN DE ACCIÓN

Tabla N° 57: Actividades y Plan de Acción

ACTIVIDADES	RESPONSABLES	2014											
		ENE	FEB	MAR	ABRI	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Elaborar un plan de capacitación para restaurantes, pobladores y colegios de la Provincia de Huancabamba, referente a la importancia que tiene la comida tradicional.	Gestor del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)												
Elaborar un recetario de comidas tradicionales de la Provincia de Huancabamba, que	Gestor del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)												

<p>ayude a la elaboración d platos tradicionales a los pobladores.</p>														
<p>Realizar un degustación de platos típicos de la Provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura</p>	<p>Gestor del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)</p>													
<p>Incentivar a los comedores locales a la práctica y preparación de platos oriundos de la Provincia de Huancabamba</p>	<p>Gestor del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)</p>													

CAPITULO IV
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tabla N° 58: Matriz de Conclusiones y Recomendaciones

“IMPORTANCIA DE LA LOS PLATOS TÍPICOS DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

Y SU INFLUENCIA EN LA COCINA REGIONAL. PERIODO 2013 – 2014”

N°	OBJETIVOS	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES	ACCIONES	RESPONSABLES
1	<p>O.G: Conocer sobre la importancia que tienen los platos típicos y su influencia en la cocina regional, como factor de desarrollo turístico de la provincia de Huancabamba</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ implementación un programa de capacitación a los pobladores gastronómicos de la zona, donde se les brinden charlas sobre la elaboración de platos típicos y el uso de insumos tradicionales, que pretendan generar alternativas para el desarrollo de la provincia de Huancabamba de manera sustentable. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Teniendo en cuenta las potencialidades de esta provincia para desarrollar esta actividad, sería importante que los organismos estatales y privados desarrollen políticas para las capacitaciones de talleres formativos en la elaboración de platos típicos, uso de insumos de la zona y calidad de servicio, que puedan generar ganancia en todo los servicios, además de generar la oferta de servicios gastronómicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Implementación de ferias gastronómicas organizado por la Municipalidad de Huancabamba ➤ Formación de talleres en gastronomía ➤ Generar espacios de intercambio de productos artesanales, ferias municipales, otros. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Municipalidad Provincial de Huancabamba. ➤ Pobladores de la Provincia. ➤ Gestora del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)

<p>2</p>	<p>O.E: Elaborar un plan de capacitación para restaurantes y pobladores de la Provincia de Huancabamba, identificando la gastronomía de la local por medio del relevamiento de recetas y alimentos más consumidos y su valoración como plato original.</p>	<p>➤ Presentación del plan de capacitación denominado “Platos Tradicionales en la Provincia de Huancabamba” para conocer el valor e importancia de la gastronomía de la zona y como puede transformarse en una ventaja competitiva para los involucrados.</p>	<p>➤ La Municipalidad Provincial de Huancabamba en alianza estratégica con la Oficina de Turismo, deben proponer los lineamientos para la creación de productos y servicios gastronómicos innovadores con elementos de la cocina típica local que agreguen valor a experiencias significativas en los visitantes.</p>	<p>➤ Presentar el Plan de capacitación a la Municipalidad Provincial de Huancabamba y Oficina de Turismo</p>	<p>➤ Gestor del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)</p>
<p>3</p>	<p>O.E: Elaborar un recetario de comidas tradicionales de la Provincia de Huancabamba, que ayude en la preparación de</p>	<p>➤ Se elaboró un recetario, identificando y presentando platos, postres de tradición de Huancabamba, desglosando cada receta mediante preparación. Insumos, costo y tiempo.</p>	<p>➤ La municipalidad provincial, edite el recetario de manera gratuita, para que toda la población se beneficie con la información brindada en este recetario.</p>	<p>➤ Elaborar un recetario de comidas tradicionales de la Provincia de Huancabamba donde se presente la preparación, costo y tiempo</p>	<p>➤ Gestora del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)</p>

	platos tradicionales a los pobladores.	Presentando el recetario como una nueva alternativa para la preparación de platos tradicionales		de cada uno de los platos típicos	
4	O.E: Realizar una degustación de platos típicos de la Provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura, para conocer las características de la demanda turística actual y potencial.	En la elaboración de la degustación de platos típicos, se pudo obtener un resultado más profundo de la aprobación de la comida de la sierra, presentando variedad de platos, midiendo el nivel de aceptación de los platos oriundos de la Provincia de Huancabamba en los comensales de prueba de la Universidad Alas Peruanas, para conocer cuáles son sus motivaciones de carácter alimenticio y cultural.	➤ Realizar diferentes ferias gastronómicas en la ciudad de Piura, teniendo de Alianza estratégica a la Universidad Alas Peruanas, Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía para asegurar el mejor resultado en la aceptación y aprobación de la comida tradicional de la sierra, logrando una adecuada presentación y preparación de los platos típicos que sirvan como eje para la creación de productos-servicios gastronómicos innovadores.	➤ Realizar la degustación de platos típicos en la Universidad Alas Peruanas a los comensales integrados por: docentes, administrativos y alumnos, para presentarles la variedad gastronómica de la sierra Piurana.	➤ Gestora del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)
5	O.E: Capacitar e incentivar a los comedores locales, a la	➤ La realización de un taller a las madres de los comedores populares, se pudo reconocer el interés e importancia que se le puede dar al	➤ Se debe trabajar constantemente con los comedores populares y buscar no perder el contacto directo con las madres de familia de	➤ Realizar el taller de capacitación a las madres de familia de los comedores	➤ Gestora del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)

	<p>práctica y preparación de platos típicos y oriundos de la Provincia de Huancabamba, por medio de sus tradiciones gastronómicas locales.</p>	<p>desarrollo de la gastronomía en Huancabamba, en forma sostenible, para garantizar su aprovechamiento en el futuro, logrando reactivar la economía de los pueblos en base a la importancia de los platos típicos y su influencia en la cocina regional.</p>	<p>todos los comedores. Tratando de buscar las raíces culinarias y la forma de entender sus cultura en base a la cocina regional, popularizada en la actualidad por las diferentes costumbres criollas en toda la Región.</p>	<p>populares</p>	
--	--	---	---	------------------	--

BIBLIOGRAFÍA

A. LIBROS:

AVILA,ROBERTO (2001). **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**. LIMA, PERÚ. 23.PP

AVILIA B. (2008). **PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA GASTRONOMÍA PERUANA**. PONTIFICIA UCP. 168 PP.

BENAVIDES, G. (2001). **ALIMENTACIÓN Y GASTRONOMÍA**. 2ª ED. LIMA, PERÚ.

CAMACHO, I. AVOLIO, B. LÓPEZ, L. PÉREZ, F (2008). . **PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA GASTRONOMÍA PERU**. EDITORIAL PEARSON.LIMA, PERÚ. 180 PP.

CHECKLAND, P. (1993), "**METODOLOGÍA DE SISTEMAS BLANDOS**", 95 P.P

HERNÁNDEZ, R.; FERNÁNDEZ, C; BAPTISTA, M. (1998). **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**. 2ª ED. EDIT. MC GRAW HILL. 512 P.P

HOCQUENGHEN A. Y MONZON (1995). **LA COCINA PIURANA**. EDITORIAL IEP. EDICIONES LIMA, PERÚ. 196 PP.

HURTADO, J. (2000). **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**. 3ED. INSTITUTO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA CARIPITO, VENEZUELA. 624PP.

LATORRE, R. (2008).**MONOGRAFÍA ACTUALIZADA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA**. 2ª ED. PIURA, PERÚ. 250 PP(2007).

MAYA. J. **TURISMO, HOTELERÍA Y RESTAURANTES**. BARCELONA, ESPAÑA.1ª ED. 727 PP.

ROCA,B. (2004). **ENCICLOPEDIA TEMÁTICA DEL PERÚ**. TOMO XVI. EDITORIAL EL COMERCIO.LIMA, PERÚ. 380 PP.

VILLAVICENCIO M.(2007). **SEMINARIO HISTORIA DE LA COCINA PERUANA**. EDITORIAL SAN MARTÍN DE PORRES. LIMA, PERÚ. 316 PP.

WESTON, R (1993). **CULTURA, IDENTIDAD Y COCINA EN EL PERÚ**. LIMA, PERÚ. 367 PP.

ZAPATA, A. (2006).**DICCIONARIO DE GASTRONOMÍA PERUANA TRADICIONAL**. EDITORIAL UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES. LIMA, PERÚ. 735 PP.

TESIS

- Canales, E. y otros (2009). **Propuesta de un Plan de Negocios Para Implementar y Comercializar un Sistema de Franquicias de un Restaurante Turístico de Comida Criolla de la Ciudad de Piura.** Piura. Perú. Universidad Cesar Vallejo. Piura. Perú
- Noriega Ordoñez Ricardo (2001). **Plan de Introducción de la carne de cuy en Lima Metropolitana: Estudio de Mercado y Propuesta Empresarial.** Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Carrión Peña Cistina Sadén. (2006). **Implicancias de la Gastronomía como Recurso de la Actividad Turística en el Desarrollo Económico del Departamento de Piura.** Universidad Nacional de Piura. Piura. Perú
- Hidalgo Barriga NanciEmitelia (2010). **Platos Típicos que pueden ser Puestos en Valor de los Recursos Gastronómicos Típicos y Tradicionales, con el Fin de Fomentar el Desarrollo del Turismo de la Ciudad de Riobamba.** Universidad Católica de Loja. Loja, Ecuador.
- Frías Valenzuela Marcia Argelia y otros (2001). **La Importancia del Rescate de La Comida Barroca como Arte culinario dentro de la Gastronomía del estado de puebla.** Instituto Politécnico Nacional. Buenos Aires, Argentina.
- Bacchiarri Romina (2006). **Fenómeno Gastronómico rosario y su Implicancia turística.** Universidad Abierta Interamericana. Buenos Aires, Argentina.
- Yáñez Ruiz Carla Natalia (2005). **Gastronomía tradicional de Acapulco.** Universidad de las Américas. Acapulco, México.
- Méndez Alonso, Omar Alejandro (2007). **Gastronomía Yucateca: Fusión de Culturas.** Universidad de las Américas. Puebla, México.
- Prieto, Julieta Cristina (2003). **Investigación Aplicada Sobre Demanda Potencial de Gastronomía Regional Dulce en San Telmo, en Base a Propuesta de Inversión.** Universidad Abierta Interamericana. Buenos Aires, Argentina.
- Salvagno, Nadia Soledad (2006). **Investigación Aplicada a la Demanda potencial de un Restaurante de Gastronomía Francesa, Utilizando como Base un Ante Proyecto.** Universidad Abierta Interamericana. Buenos Aires, Argentina.

B. REVISTAS:

- A. Módulos de Cocina Regional. Instituto de Cocina peruana. CETURGH PERÚ.
- B. Memoria del tema: Cocina como literatura y erotismo, presentada en el 1er Congreso sobre Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural en América Latina y el Caribe.
- C. Perú: Plan Estratégico Nacional de Turismo 2005-2015. Construyendo lo nuestro» (separata). Lima.

D. PERIODICO

1. Ver. Documento publicado en el Diario Oficial El Peruano el 26 de octubre del 2007.

E. INTERNET

1. <http://prezi.com/kobumzmooetg/corrientes-culinarias-montse/>.Página visitada por última vez el día 8 de mayo del 2014
2. García, Carlos. Gastronomía Vs. Identidad Gastronómica. En: <http://www.sazonado.blogspot.com/2008/01/html>. Enero 22, Chile 2008.
3. Cifuentes, Cesar. <http://www.About.com/2012> Comida Peruana. Las ferias Gastronómicas en el Perú. Octubre 16 del 2012
4. Rivera, Ricardo. <http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro07/Cap3>. Los cultivos Nativos: situaciones y estrategias para su desarrollo

ANEXOS

ANEXO N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	MARCO TEÓRICO	METODOLOGÍA
<p>Importancia de los platos típicos de la Provincia de Huancabamba y su influencia en la cocina Regional Periodo: 2013 - 2014</p>	<p>Problema Principal</p> <p>¿De qué manera la importancia de los platos típicos de la Provincia de Huancabamba influirá en la cocina regional?</p> <p>Problema Secundario</p> <p>A. ¿Cómo la falta de un plan de capacitación a restaurantes y pobladores influirá en el conocer la importancia de la comida y productos oriundos de la Provincia de Huancabamba?</p> <p>B. ¿Por qué hasta el momento no se elaborado un recetario de comidas tradicionales de la Provincia de Huancabamba, que ayude a la elaboración de platos a los pobladores?</p>	<p>Objetivo General.</p> <p>Motivar a los pobladores a que le den la debida importancia a los platos típicos de la Provincia de Huancabamba mostrando su riqueza y variedad de cada uno de los platillos.</p> <p>Objetivos Específicos.</p> <p>A. Elaborar un plan de capacitación para restaurantes y pobladores de la Provincia de Huancabamba, dando a conocer la importancia que tiene la comida tradicional.</p> <p>B. Elaborar un recetario de comidas tradicionales de la Provincia de Huancabamba, que ayude en la preparación de platos tradicionales a los pobladores.</p> <p>C. Realizar una degustación de</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>El valor culinario de los platos típicos de la Provincia de Huancabamba reincidentará positivamente en la influencia de la cocina regional</p>	<p>Variable Independiente (X)</p> <p>Importancia de los platos típicos</p> <p>Variable Dependiente (Y)</p> <p>Cocina Regional</p>	<p>Variable Independiente (X)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preparación - Ingredientes - Insumos - Precio - Variedad <p>Variable Dependiente (Y)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentación - Calidad - Sabor - Gusto 	<p>Un aporte que da Rivero Gabriela a la comida ritual descansa en la idea de una reciprocidad de dones alimenticios en la relación del hombre con el medio ecológico; es decir que para poder vivir y alimentarse correctamente el hombre debe alimentar y conservar apropiadamente a estos seres tutelares a través de "pagos" y ofrendas, y además en los tiempos adecuados como son los de siembra, cosecha, carnaval o agosto. De no ser así, en contraposición habrá penuria y enfermedad. Aparece la figura de la mesa ritual en donde se presenta los mejores platos para el consumo de estos seres tutelares que pueblan el altiplano, aquellos que asegurarán la subsistencia de la comunidad. Es más, ellos tienen preferencias y apetitos variados y es el <i>yatiri</i> sabio el encargado de hacérselo saber a los participantes. Las sensaciones y los sentidos son de suma importancia en estos casos; los seres tutelares tienen gusto, olfato, vista, tacto y oído, y hay que saber complacerlos en cada uno de estos aspectos</p>	<p>Diseño de la Investigación.</p> <p>-Tipo de investigación</p> <p>- Exploratoria – Descriptiva – Explicativa – Aplicada</p> <p>Nivel de investigación</p> <p>- Original - Especifica</p> <p>Método y diseño de la investigación</p> <p>-Método Científico</p> <p>-Método de los sistemas blandos</p>

	<p>C. ¿Cómo poder realizar una degustación de platos típicos de la Provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura?</p> <p>D. ¿De qué manera el no realizar un taller de capacitación a los comedores populares influirá en la práctica y preparación de los platos oriundos de la Provincia de Huancabamba?</p>	<p>platos típicos de la Provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura.</p> <p>D. Elaborar un taller de capacitación a los comedores locales incentivando a la práctica y preparación de platos oriundos de la Provincia de Huancabamba.</p>				<p>Otro aporte muy importante a la Cocina Regional; la diversidad de cultural y la heterogénea del Perú son las principales razones por la que nuestra cocina se enriquece a diario de forma sorprendente y divertida. Y no podría ser de otra manera, pues tenemos un sin fin de ingredientes que van desde lo más recónditos frutos de más hasta los mejores tubérculos del mundo, pasando por hierbas de olores y sabores inconfundibles. La cocina regional ofrece una variedad infinita de platos, y sin embargo, poco se sabe de ella, porque es una tradición más oral que escrita.</p>	
--	---	--	--	--	--	--	--

ANEXO N°02: Encuesta a Comedores Populares



ENCUESTA A COMEDORES POPULARES

La siguiente encuesta busca medir su opinión y aceptación sobre la práctica y preparación de platos típicos de la provincia de Huancabamba en los comedores populares para validar la investigación denominada “Importancia de los platos típicos de la Provincia de Huancabamba y su influencia en la cocina regional. Periodo 2013-2014”, cuyos objetivos de esta encuesta son los siguientes:

1. Práctica y preparación de los platos oriundos de la Provincia de Huancabamba.
2. Aprovechar los insumos y platos oriundos con los que cuenta la zona.

Nombre y Apellidos: _____

Edad: ____ sexo _____

Grado académico _____

Lugar de nacimiento _____

Cargo en la Asociación _____

1. ¿Ha recibido alguna vez capacitaciones o charlas de gastronomía en beneficio para los comedores?
a) Si b) no
2. ¿Cómo trabajadora del área de cocina en los comedores populares, tiene usted conocimiento de los platos típicos de su localidad?

- a) Si b) no
3. ¿Alguna vez usted ha preparado estos platos típicos en los comedores populares?
- a) Si b) no
4. ¿Estaría usted de acuerdo en preparar y ofrecer estos platos de tradición de la Provincia de Huancabamba en los comedores populares?
- a) Si b) no
5. ¿Considera usted que los platos de tradición tienen las características de precio, calidad y valor nutricional y estén aptos para ser ofrecidos en los comedores?
- a) Si b) no
6. ¿Estaría usted dispuesta a apoyar en la difusión de platos de tradición con las madres de familia de otros comedores populares?
- a) Si b) no
7. ¿Considerando el taller escuchado, está usted dispuesta a ayudar a impulsar el desarrollo gastronómico de la Provincia de Huancabamba en los comedores populares?
- b) Si b) no
8. ¿A su criterio le ha gustado la preparación, sabor y calidad de los platos presentados?
- a) Si b) no

4. ¿Considera usted que los platos típicos están aptos para ser preparados y presentados a los turistas o visitantes?
- a) Si b) no
5. ¿Estaría usted de acuerdo en ofrecer los platos típicos de la Provincia de Huancabamba al público?
- a) Si b) no
6. ¿Cree usted que el ofrecer los platos típicos de la Provincia de Huancabamba se logrará más desarrollo turístico?
- a) Si b) no
7. ¿Estaría usted de acuerdo en apoyar en la práctica, preparación y difusión de los platos típicos de su localidad en el restaurante?
- a) Si b) no
8. ¿Estaría usted de acuerdo que los platos típicos de la Provincia de Huancabamba, se ofrezcan como alternativa de menú en la Región Piura?
- a) Si b) no

ANEXO N° 05 ENCUESTA A DOCENTES, ADMINISTRATIVOS Y ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS – FILIAL



ENCUESTA PARA DOCENTES, ADMINISTRATIVOS Y ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS – FILIAL PIURA

Esta encuesta se realiza con el objetivo de medir su opinión y aceptación sobre la práctica y preparación de los platos típicos de la provincia de Huancabamba en la Región Piura para validar la Investigación denominada “Importancia de los platos típicos de la provincia de Huancabamba y su influencia en la cocina Regional, Periodo 2013 -2014”

Sexo: **Femenino** **Masculino**

Edad:

Administrativo: **Docente:** **Alumno:**

1. ¿Conoce los platos típicos de la provincia de Huancabamba?

c) Si

b) No

2. ¿Ha probado algún plato típico de la provincia de Huancabamba?

d) Si

b) No

3. ¿Dónde lo has probado?

Restaurante

Ferias

Cafetería

Otro

4. ¿Volverías a probar este plato típico?

e) Si

b) No

5. ¿Con qué frecuencia lo consumirías?

1 vez a la semana

Cada 15 días

1 vez al mes

Nunca

6. ¿Recomendarías este plato típico?

f) Si

b) No

7. ¿Cómo calificas el plato típico presentado de la provincia de Huancabamba?

Coloca en el cuadro si te pareció:

g) Muy bueno

b) Bueno

c) Regular

d) Malo

PLATO	DOCENTES	ADMINISTRATIVOS	ALUMNOS
PRESENTACIÓN			
CALIDAD			
SABOR			
GUSTO			
RECOMENDACIÓN			

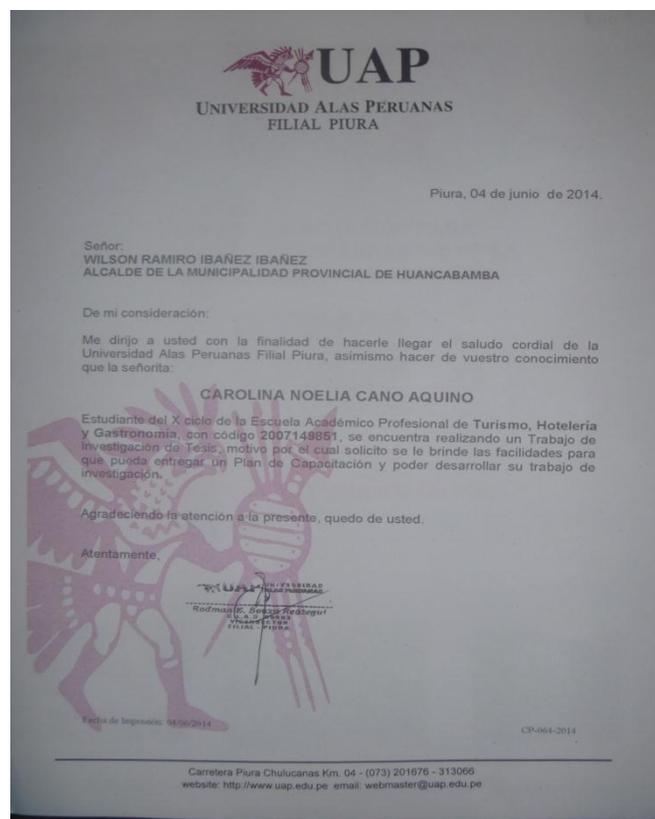
FUENTE: Elaboración Propia

ANEXO N° 06: TALLER A COMEDORES POPULARES



PLAN DE CAPACITACIÓN

ANEXO N° 07: PLAN DE CAPACITACIÓN



ANEXO N° 08: DEGUSTACIÓN DE PLATOS TÍPICOS



ANEXO N° 10: CATÁLOGO DEL ANR

“CATALOGO DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN, TESIS Y PROYECTOS

ASAMBLEA NACIONAL DE RECTORES”

Resolución N° 1562-2006-ANR

RESUMEN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN,

TESIS Y PROYECTOS

I. DATOS GENERALES

• PRE GRADO :

- **UNIVERSIDAD** : Alas Peruanas
- **FACULTAD** : Ciencias Empresariales
- **CARRERA PROFESIONAL** : **Turismo, Hotelería y Gastronomía**
- **TITULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Importancia de los Platos Típicos de la Provincia de Huancabamba y su Influencia en la Cocina Regional. Periodo 2013-2014

- **ÁREA DE INVESTIGACIÓN:**
Gastronomía Peruana
- **INVESTIGADORA:**
Bach. Cano Aquino Carolina Noelia
DNI : 46479014
- **TITULO PROFESIONAL A QUE CONDUCE**

Licenciada en Turismo Hotelería y Gastronomía.

- **AÑO DE APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN**
2014

- Email: karitoca1490@gmail.com

II. EL RESUMEN

PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad el rubro gastronómico se ha vuelto parte importante en el desarrollo turístico del departamento de Piura. Encontrando como complemento perfecto la gastronomía de esta región; pescados y mariscos, comida criolla son uno de las delicias que podemos encontrar en Piura. Sin embargo no toda la comida piurana está siendo considerada como opción a presentar a los turistas y visitantes.

Huancabamba es una de las ocho provincias del departamento de Piura y una de las tres ciudades de la serranía norteña; es conocida como la “cuna del curanderismo”; visitada a diario por turistas nacionales y extranjeros con el propósito de conocer sus famosas lagunas curativas “Las Huarinas”. En la actualidad cuenta con un desarrollo turístico en crecimiento; la gastronomía debería formar parte de este progreso para la localidad, fomentando el impulso turístico y gastronómico; siendo esto una desventaja grande, los platos oriundos de esta localidad no son vistos como una alternativa importante para el turismo. Las autoridades y pobladores se han enfocado en promocionar y dar a conocer más el curanderismo, y esto ha conllevado al desinterés y desconocimiento del poblador hacia el turista

Dado el rol protagónico de las autoridades locales, para el desarrollo local, su indiferencia ante el potencial de la gastronomía, está afectando en gran proporción el desarrollo turístico de la provincia.

La falta de inversión para realizar ferias, cursos o capacitaciones a restaurantes se está viendo afectado en gran proporción; las autoridades se enfocan en otro componente turístico “Misticismo”. Se ha visto reflejado que

la gastronomía se esté viendo como una alternativa muy baja de desarrollo turístico para la provincia de Huancabamba.

La falta de conocimiento del poblador hoy en día se ha convertido en un problema para los visitantes; la poca información que recibe el turista que llega a Huancabamba, como el no encontrar un lugar de fácil acceso donde se le pueda responder cualquier duda e interrogante que el visitante tenga

Después de haber realizado una exhaustiva investigación e identificar las situaciones percibidas y elaborar un mapa estratégico, concluimos que el problema principal es el siguiente:

¿De qué manera la importancia de los platos típicos de la Provincia de Huancabamba influirá en la cocina regional, durante el periodo 2013 – 2014?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general:

Determinar cuál es la importancia de los platos típicos en el desarrollo de la gastronomía de la provincia de Huancabamba, a partir de la influencia que tenga en la cocina regional.

Objetivos específicos

- A.** Idear un plan de capacitación para restaurantes y pobladores de la provincia de Huancabamba, dando a conocer la importancia que tiene la comida originaria.
- B.** Elaborar un recetario de comidas tradicionales de la provincia de Huancabamba, que ayude en la preparación de platos tradicionales a los pobladores.

- C. Ejecutar una degustación de platos típicos de la provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura
- D. Desarrollar un taller de capacitación a los comedores locales incentivando a la práctica y preparación de platos oriundos de la provincia de Huancabamba.

BREVE REFERENCIA AL MARCO TEORICO

1. Antecedentes de la Investigación

A. EN EL PERÚ

- **Cynthia Elizabeth Canales y otros (2009)**. Presentado a la Universidad Cesar Vallejo el proyecto de tesis denominado **“Propuesta de un Plan de Negocios Para Implementar y Comercializar un Sistema de Franquicias de un Restaurante Turístico de Comida Criolla de la Ciudad de Piura”**. Para optar el título de licenciado en administración.

Concluye que el presente plan de negocios constituye un documento que ayudará a los empresarios a analizar el mercado y planificar la estrategia de negocios acerca de la comida criolla.

B. EN EL EXTRANJERO:

- **Hidalgo Barriga NanciEmitelia; Ecuador (2010)**: Presentó a la Universidad Católica de Loja el proyecto de tesis denominado: **“Platos Típicos que pueden ser Puestos en Valor de los Recursos Gastronómicos Típicos y Tradicionales, con el Fin de Fomentar el Desarrollo del Turismo de la Ciudad de Riobamba”**. Para optar el título de Licenciado en Administración Turística.

Comenta que el turismo gastronómico es uno de los principales ejes de la promoción turística de una región, ya que se trata de uno de los atributos mejor valorado por los turistas que lo visitan. Y es precisamente en los destinos con mayor tradición, receptores de los mayores porcentajes de visitantes, donde precisamente se ha prestado menos atención al desarrollo de este valor añadido, y es en estos donde la implantación de estrategias para desarrollar este segmento puede dar lugar a los resultados más positivos, tanto para aumentar el gasto del visitante, como su conseguir mejorar su número y calidad.

2. Marco Teórico

A. COCINA REGIONAL

Según Raya José nos indica que la historia del arte de cocinar refleja la evolución social del periodo del que se trate; revela la estima que tenía una sociedad por la cocina y las personas que en ella trabajan. El equipamiento de la cocina comprende los materiales, la tecnología y la clase de combustible disponible para la cocción de los alimentos.¹⁶

Olivas (1996), especifico que para la historiadora de la cocina peruana, la cocina no es una simple acumulación de elementos, sino una mezcla artística de estos en un encuentro armonioso con los valores sociales, económicos, morales, culturales y religiosos del pueblo que los practica. Desde esta perspectiva, entonces, mediante

¹⁶Maya. José M.- Izquierdo Santiago. Turismo, Hotelería y Restaurantes. Lexus - Barcelona. Edición 2007. Pág. 667

la cocina, la materia prima o alimentaria pasa del estado de naturaleza al estado de cultura. Por lo tanto, mucho más que una cuestión de ingredientes (transformados o no), de clasificaciones y de reglas que ordenan insumos alimenticios y les dan sentido o un recetario; se trata de un concepto mucho más amplio.

B. IDENTIDAD CULINARIA

- **El autor Haudry (2003),¹⁷** Comenta y dice que la identidad es una cualidad que algo sea único y a menudo distinguido en el sentido más amplio de la palabra. Es principalmente subjetiva, una cualidad cultural que hace que las personas o los bienes sean reconocidos como particulares y desde esa perspectiva puedan también aportar algo distinto y enriquecer al conjunto de la sociedad.

El termino *culinaria* de *coquere* (cocer) y *coquinare* (guisar, sazonar los alimentos), entendido como el conjunto de técnicas reglamentadas y complementarias por leyes de la ciencia para el preparado de los alimentos.

La gastronomía desde el punto de vista moral, es un acatamiento implícito a los deseos del creador que al comer para vivir, nos invita a él con el apetito, nos anima con el sabor y nos recompensa con el gusto.

¹⁷Sánchez Anaya, Esteban. Manual de Administración y Gastronomía. Pág. 4

ASPECTO METODOLÓGICO

Tipo de Investigación:

El proyecto de investigación es de tipo:

1. Investigación Exploratoria:

La presente investigación esta direccionada a la investigación e exploración de recetas, platos, productos, formas, maneras de preparación y más, ya que para el inicio de la investigación no se contaba con ningún material o base para iniciar el estudio, se tuvo que hacer encuestas e entrevistas a los pobladores de la zona y partir desde ahí con lo obtenido.

2. Investigación Descriptiva:

Este trabajo de investigación es de tipo descriptiva, ya que en este proyecto lo que se realizará es redactar y describir sobre cada uno de los platos típicos con los que cuenta la provincia de Huancabamba, como también describir particularidades de la zona, atractivos turísticos, los factores económicos, tecnológicos, políticos, sociales, todo ellos se podrá lograr con una recopilación de datos que permitirán poder realizar un análisis completo del panorama, pudiendo así realizar el desarrollo del presente trabajo de investigación, como también enriquecer y mejorar los conceptos (valor culinario y cocina regional) ya establecidos mediante la investigación de la tesis.

3. Investigación Explicativa:

La investigación es de tipo explicativa, ya que en el trabajo lo que se hará es explicar, responder o definir hechos o causas que se presentan en el proceso de investigación, dando a conocer la explicación del porque de los fenómenos o hechos, fundamentando todo lo presentado e investigado en el proyecto.

4. Investigación Aplicada

El proyecto será de tipo Aplicada; en la investigación lo que se busca es dar solución a los problemas o objetivos planteados en el presente trabajo; partiendo de lo ya identificado, se iniciara con el conocimiento generado por el estudio antes realizados, para así poder lograr intervenir y plantear las estrategias de solución ante el problema de investigación.

Nivel de investigación: Es original y específica, porque es nueva y única. En la realización de esta tesis hasta el momento no se ha encontrado una investigación o proyecto referente a este tema, queriendo decir que será algo nuevo para el rubro gastronómico.

Métodos de investigación:

Método Mixto: En la investigación se aplica el método científico, método de los sistemas blandos

Diseño de la investigación:

El diseño de la investigación es transaccional porque se tomaran 3 modelos de encuestas, en tiempos diferentes y con diferentes tamaños de muestra, para encuestados diferentes.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tabla N° 59: Matriz de Conclusiones y Recomendaciones					
“IMPORTANCIA DE LA LOS PLATOS TÍPICOS DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA Y SU INFLUENCIA EN LA COCINA REGIONAL. PERIODO 2013 – 2014”					
N°	OBJETIVOS	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES	ACCIONES	RESPONSABLES
1	<p>O.G:</p> <p>Conocer sobre la importancia que tienen los platos típicos y su influencia en la cocina regional, como factor de desarrollo turístico de la provincia de Huancabamba</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ implementación un programa de capacitación a los pobladores gastronómicos de la zona, donde se les brinden charlas sobre la elaboración de platos típicos y el uso de insumos tradicionales, que pretendan generar alternativas para el desarrollo de la provincia de Huancabamba de manera sustentable. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Teniendo en cuenta las potencialidades de esta provincia para desarrollar esta actividad, sería importante que los organismos estatales y privados desarrollen políticas para las capacitaciones de talleres formativos en la elaboración de platos típicos, uso de insumos de la zona y calidad de servicio, que puedan generar ganancia en todo los servicios, además de generar la oferta de 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Implementación de ferias gastronómicas organizado por la Municipalidad de Huancabamba ➤ Formación de talleres en gastronomía ➤ Generar espacios de intercambio de productos artesanales, ferias municipales, otros. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Municipalidad Provincial de Huancabamba. ➤ Pobladores de la Provincia. ➤ Gestora del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)

			servicios gastronómicos.		
2	O.E: Elaborar un plan de capacitación para restaurantes y pobladores de la Provincia de Huancabamba, identificando la gastronomía de la local por medio del relevamiento de recetas y alimentos más consumidos y su valoración como plato original.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presentación del plan de capacitación denominado “Platos Tradicionales en la Provincia de Huancabamba” para conocer el valor e importancia de la gastronomía de la zona y como puede transformarse en una ventaja competitiva para los involucrados. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La Municipalidad Provincial de Huancabamba en alianza estratégica con la Oficina de Turismo, deben proponer los lineamientos para la creación de productos y servicios gastronómicos innovadores con elementos de la cocina típica local que agreguen valor a experiencias significativas en los visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presentar el Plan de capacitación a la Municipalidad Provincial de Huancabamba y Oficina de Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestor del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)
3	O.E: Elaborar un recetario de comidas tradicionales de la Provincia de Huancabamba, que ayude en la	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se elaboró un recetario, identificando y presentando platos, postres de tradición de Huancabamba, desglosando cada receta mediante preparación. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La municipalidad provincial, edite el recetario de manera gratuita, para que toda la población se beneficie con la información brindada en este recetario. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar un recetario de comidas tradicionales de la Provincia de Huancabamba donde se presente la 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestora del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)

	preparación de platos tradicionales a los pobladores.	Insumos, costo y tiempo. Presentando el recetario como una nueva alternativa para la preparación de platos tradicionales		preparación, costo y tiempo de cada uno de los platos típicos	
4	O.E: Realizar una degustación de platos típicos de la Provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura, para conocer las características de la demanda turística actual y potencial.	En la elaboración de la degustación de platos típicos, se pudo obtener un resultado más profundo de la aprobación de la comida de la sierra, presentando variedad de platos, midiendo el nivel de aceptación de los platos oriundos de la Provincia de Huancabamba en los comensales de prueba de la Universidad Alas Peruanas, para conocer cuáles son sus motivaciones de carácter alimenticio y cultural.	➤ Realizar diferentes ferias gastronómicas en la ciudad de Piura, teniendo de Alianza estratégica a la Universidad Alas Peruanas, Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía para asegurar el mejor resultado en la aceptación y aprobación de la comida tradicional de la sierra, logrando una adecuada presentación y preparación de los platos típicos que sirvan como eje para la creación de productos-servicios gastronómicos innovadores.	➤ Realizar la degustación de platos típicos en la Universidad Alas Peruanas a los comensales integrados por: docentes, administrativos y alumnos, para presentarles la variedad gastronómica de la sierra Piurana.	➤ Gestora del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)
5	O.E: Capacitar e incentivar a los	➤ La realización de un taller a las madres de los comedores populares, se pudo reconocer el interés	➤ Se debe trabajar constantemente con los comedores populares y buscar no perder el	➤ Realizar el taller de capacitación a las madres de	➤ Gestora del Proyecto (Carolina Noelia Cano Aquino)

	<p>comedores locales, a la práctica y preparación de platos típicos y oriundos de la Provincia de Huancabamba, por medio de sus tradiciones gastronómicas locales.</p>	<p>e importancia que se le puede dar al desarrollo de la gastronomía en Huancabamba, en forma sostenible, para garantizar su aprovechamiento en el futuro, logrando reactivar la economía de los pueblos en base a la importancia de los platos típicos y su influencia en la cocina regional.</p>	<p>contacto directo con las madres de familia de todos los comedores. Tratando de buscar las raíces culinarias y la forma de entender sus cultura en base a la cocina regional, popularizada en la actualidad por las diferentes costumbres criollas en toda la Región.</p>	<p>familia de los comedores populares</p>	
--	--	--	---	---	--

Bibliografía Referencial

A. LIBROS

AVILA,ROBERTO (2001). **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**. LIMA, PERÚ. 23.PP

AVILIA B. (2008). **PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA GASTRONOMÍA PERUANA**. PONTIFICIA UCP. 168 PP.

BENAVIDES, G. (2001). **ALIMENTACIÓN Y GASTRONOMÍA**. 2ª ED. LIMA, PERÚ.

CAMACHO, I. AVOLIO, B. LÓPEZ, L. PÉREZ, F (2008). . **PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA GASTRONOMÍA PERU**. EDITORIAL PEARSON.LIMA, PERÚ. 180 PP.

CHECKLAND, P. (1993), "**METODOLOGÍA DE SISTEMAS BLANDOS**", 95 P.P

HERNÁNDEZ, R.; FERNÁNDEZ, C; BAPTISTA, M. (2006). **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**. EDIT. MC GRAW HILL. 95 P.P

HOCQUENGHEN A. Y MONZON (1995). **LA COCINA PIURANA**. EDITORIAL IEP. EDICIONES LIMA, PERÚ. 196 PP.

HURTADO, J. (2000). **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**. 3ED. INSTITUTO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA CARIPITO, VENEZUELA. 624PP.

LATORRE, R. (2008).**MONOGRAFÍA ACTUALIZADA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA**. 2ª ED. PIURA, PERÚ. 250 PP(2007).

MAYA. J. **TURISMO, HOTELERÍA Y RESTAURANTES**. BARCELONA, ESPAÑA.1ª ED. 727 PP.

ROCA,B. (2004). **ENCICLOPEDIA TEMÁTICA DEL PERÚ**. TOMO XVI. EDITORIAL EL COMERCIO.LIMA, PERÚ. 380 PP.

VILLAVICENCIO M.(2007). **SEMINARIO HISTORIA DE LA COCINA PERUANA**. EDITORIAL SAN MARTÍN DE PORRES. LIMA, PERÚ. 316 PP.

WESTON, R (1993). **CULTURA, IDENTIDAD Y COCINA EN EL PERÚ**. LIMA, PERÚ. 367 PP.

ZAPATA, A. (2006).**DICCIONARIO DE GASTRONOMÍA PERUANA TRADICIONAL**. EDITORIAL UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES. LIMA, PERÚ. 735 PP.

A. TESIS

- Canales Cynthia Elizabeth y otros (2009). **Propuesta de un Plan de Negocios Para Implementar y Comercializar un Sistema de Franquicias de un Restaurante Turístico de Comida Criolla de la Ciudad de Piura.** Piura. Perú. Universidad Cesar Vallejo. Piura. Perú
- Noriega Ordoñez Ricardo (2001). **Plan de Introducción de la carne de cuy en Lima Metropolitana: Estudio de Mercado y Propuesta Empresarial.** Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Carrión Peña Cistina Sadén. (2006). **Implicancias de la Gastronomía como Recurso de la Actividad Turística en el Desarrollo Económico del Departamento de Piura.** Universidad Nacional de Piura. Piura. Perú
- Hidalgo Barriga NanciEmitelia (2010). **Platos Típicos que pueden ser Puestos en Valor de los Recursos Gastronómicos Típicos y Tradicionales, con el Fin de Fomentar el Desarrollo del Turismo de la Ciudad de Riobamba.** Universidad Católica de Loja. Loja, Ecuador.
- Frías Valenzuela Marcia Argelia y otros (2001). **La Importancia del Rescate de La Comida Barroca como Arte culinario dentro de la Gastronomía del estado de puebla.** Instituto Politécnico Nacional. Buenos Aires, Argentina.
- Bacchiarri Romina (2006). **Fenómeno Gastronómico rosario y su Implicancia turística.** Universidad Abierta Interamericana. Buenos Aires, Argentina.
- Yáñez Ruiz Carla Natalia (2005). **Gastronomía tradicional de Acapulco.** Universidad de las Américas. Acapulco, México.
- Méndez Alonso, Omar Alejandro (2007). **Gastronomía Yucateca: Fusión de Culturas.** Universidad de las Américas. Puebla, México.
- Prieto, Julieta Cristina (2003). **Investigación Aplicada Sobre Demanda Potencial de Gastronomía Regional Dulce en San Telmo, en Base a Propuesta de Inversión.** Universidad Abierta Interamericana. Buenos Aires, Argentina.
- Salvagno, Nadia Soledad (2006). **Investigación Aplicada a la Demanda potencial de un Restaurante de Gastronomía Francesa, Utilizando como Base un Ante Proyecto.** Universidad Abierta Interamericana. Buenos Aires, Argentina.

B. REVISTAS:

1. Módulos de Cocina Regional. Instituto de Cocina peruana. CETURGH PERÚ.
2. Memoria del tema: Cocina como literatura y erotismo, presentada en el 1er Congreso sobre Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural en América Latina y el Caribe.
- 3.

C. PERIODICO

1. Ver. Documento publicado en el Diario Oficial El Peruano el 26 de octubre del 2007.

D. INTERNET

1. <http://prezi.com/kobumzmooetg/corrientes-culinarias-montse/>.Página visitada por última vez el día 8 de mayo del 2014
2. García, Carlos. Gastronomía Vs. Identidad Gastronómica. En: <http://www.sazonado.blogspot.com/2008/01/html>. Enero 22, Chile 2008.
3. Cifuentes, Cesar. <http://www.About.com/2012> Comida Peruana. Las ferias Gastronómicas en el Perú. Octubre 16 del 2012
4. Rivera, Ricardo. <http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro07/Cap3>. Los cultivos Nativos: situaciones y estrategias para su desarrollo

III. EL ABSTRACT

The present investigation, named "IMPORTANCE OF THE TYPICAL PLATES OF HUANCABAMBA'S PROVINCE AND HIS INFLUENCE IN THE REGIONAL KITCHEN. PERIOD: 2013 - 2014 ", the gastronomy is orientated to develop in Huancabamba's Province, by means of this investigation there were explored and identified the plates of tradition that can offer him the public and the tourists in Huancabamba, likewise one tries to work of the hand with the settlers and restaurants with which it counts the Province obtaining a better result. Realizing a strategic map which I help to identify the most relevant situations it was possible to meet beginning on the execution of investigation.

This investigation was realized in Huancabamba's Province, in which they informed the popular dining rooms of the Province who were participants of a workshop of training with topics of importance for the gastronomy of his locality; this way also one worked with a sample of 96 settlers to whom there were realized surveys of participation and diffusion for the gastronomic development, since also with the owners of the restaurants, they realizing a survey measuring his acceptance of practice and preparation of traditional plates; the presentation of a recetario where there appears the variety of traditional plates, Offering all the information necessary for the preparation of every saucer; and finally with a degustation of local dishes developed in the University Peruvian Wings - Subsidiary Piura, where they presented a variety of traditional plates to the administrative officers, teachers and pupils. Across effective utilization of the raised strategies, there will be reached the aims raised in this investigation.

Key words: Methodology of Soft Systems, regional gastronomy, inputs.

ANEXO N° 11: ARTÍCULO CIENTÍFICO

“IMPORTANCIA DE LOS PLATOS TÍPICOS DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA Y SU INFLUENCIA EN LA COCINA REGIONAL. PERIODO 2013-2014”

IMPORTANCE OF THE DISHES TYPICAL OF TO PROVINCE THE HUANCABAMBA AND HIS INFLUENCIA ON THE REGIONAL CUISINE.
PERIOD:2014

Autora: Cano Aquino, Carolina Noelia

RESÚMEN

La presente investigación, denominada “**IMPORTANCIA DE LOS PLATOS TÍPICOS DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA Y SU INFLUENCIA EN LA COCINA REGIONAL. PERIODO: 2013 - 2014**”, Está orientada a desarrollar la gastronomía en la provincia de Huancabamba, mediante esta investigación se exploró e identificó los platos de tradición que se pueden ofrecer al público y a los turistas en Huancabamba, así mismo se pretende trabajar de la mano con los pobladores y restaurantes con los que cuenta la provincia obteniendo un mejor resultado. Se realizo un mapa estratégico el cual ayudo a identificar las situaciones más relevantes donde se pudo dar inicio con la ejecución de este proyecto de investigación en sus objetivos planteados.

Palabras Claves: Metodología de Sistemas Blandos, gastronomía regional, insumos.

ABSTRATC

The present investigation, named "IMPORTANCE OF THE TYPICAL PLATES OF HUANCABAMBA'S PROVINCE AND HIS INFLUENCE IN THE REGIONAL COUSINE. PERIOD: 2013 - 2014 ", the gastronomy Is orientated to develop in Huancabamba's Province, by means of this investigation there were explored and identified the plates of tradition that can offer him the public and the tourists in Huancabamba, likewise one tries to work of the hand with the settlers and restaurants with which it counts the Province obtaining a better result. I realize a strategic map which I help to identify the most relevant situations where it was possible to meet beginning on the execution of this project of investigation in his raised aims.

INTRODUCCIÓN

➤ La presente tesis titulada: **“IMPORTANCIA DE LOS PLATOS TÍPICOS DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA Y SU INFLUENCIA EN LA COCINA REGIONAL DURANTE EL PERIODO 2013 – 2014”**, tiene como objetivo principal dar a conocer la importancia de la comida tradicional de la provincia de Huancabamba en el mercado regional, buscando el desarrollo de la gastronomía en la Provincia en beneficio al poblador y para el pueblo de Huancabamba como parte del desarrollo turístico; asimismo el trabajar con los comedores populares obteniendo un resultado un rubro

diferente en la población, otro de los objetivos es la presentación de un recetario gastronómico, donde se presenta la definición del plato, preparación, insumos, precios y tiempo; representado en un flujograma y finalmente la degustación de platos típicos en la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura a los administrativos, docentes y alumnos.

-
- En función a los objetivos, la presente investigación se ha estructurado de la siguiente manera:
-
- En el Capítulo I: Planteamiento del Problema, se detalla la realidad problemática, planteando los problemas de la investigación; se establecen los objetivos con la presentación del primer pictograma,

asimismo se establece el diseño de investigación, población, muestra con la que se va a trabajar, técnicas e instrumentos y finalmente se presenta la justificación e importancia del proyecto de investigación.

-
- En el Capítulo II: Marco teórico, se presentan los antecedentes de la investigación tanto nacionales como extranjeros; el marco del lugar donde se aplica la tesis, se encuentran todas las bases teóricas de la investigación, presentado todo el análisis interno y externo del lugar; concluyendo con el marco legal y la definición de términos.
-
- En el Capítulo III: Presentación, Análisis e interpretación de Resultados, así como el desarrollo de los 7 estadios de la investigación.
-
- En el Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones, con los anexos y bibliografía.

Objetivos de la investigación

1.1 Objetivo General

Motivar Determinar cuál es la importancia de los platos típicos en el

desarrollo de la gastronomía de la provincia de Huancabamba, a partir de la influencia que tenga en la cocina regional.

1.2 Objetivos específicos

- Idear un plan de capacitación para restaurantes y pobladores de la provincia de Huancabamba, dando a conocer la importancia que tiene la comida originaria.
- Elaborar un recetario de comidas tradicionales de la provincia de Huancabamba, que ayude en la preparación de platos tradicionales a los pobladores.
- Ejecutar una degustación de platos típicos de la provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura
- Desarrollar un taller de capacitación a los comedores locales incentivando a la práctica y preparación de platos oriundos de la provincia de Huancabamba.

1 BREVE REFERENCIA AL MARCO TEORICO

EN EL PERÚ

- Lic. Adm. Cristina Sadén Carrión Peña (2006). Presentado a la Universidad Nacional de Piura la tesis

“Implicancias de la Gastronomía como Recurso de la Actividad Turística en el Desarrollo Económico del Departamento de Piura”. Para optar el grado de Magister en Ciencias Económicas con Mención en Economía de Empresas.

Comenta que Piura cuenta con un buen potencial turístico, reflejado en la cantidad de recursos por provincias, con lo que se puede afirmar que la Oferta está dada; asimismo, la demanda turística se basa en los deseos de las personas por hacer un alto a sus actividades cotidianas y darle pase al ocio que le hace muy bien al cuerpo y al espíritu. Así lo demuestra los recientes estudios, realizados por la Universidad de Deusto – España, en tal sentido, los visitantes optaran por aquellos lugares que les ofrezcan mucho atractivo, buena comida, a costos bajos; en resumen las mejores condiciones para que sea mirado desde fuera con expectativa.

Unos de sus objetivos es determinar que la actividad turística aporta un ingreso considerable a la economía regional como también lograr que la gastronomía piurana constituya un importante atractivo

para la venida de turistas a nuestra ciudad.

Concluyendo que la gastronomía se constituye como un recurso turístico atractivo para los turistas, encontrándose en tercer lugar, luego de las playas y la artesanía.

En el Extranjero:

- **Hidalgo Barriga NanciEmitelia; Ecuador (2010)** :Presento a la Universidad Católica de Loja el proyecto de tesis denominado “**Platos Típicos que pueden ser Puestos en Valor de los Recursos Gastronómicos Típicos y Tradicionales, con el Fin de Fomentar el Desarrollo del Turismo de la Ciudad de Riobamba**”. Para optar el título de Licenciado en Administración Turística.

Comenta que el turismo gastronómico es uno de los principales ejes de la promoción turística de una región, ya que se trata de uno de los atributos mejor valorado por los turistas que lo visitan. Y es precisamente en los destinos con mayor tradición, receptores de los mayores porcentajes de visitantes, donde precisamente se ha prestado menos atención al desarrollo

de este valor añadido, y es en estos donde la implantación de estrategias para desarrollar este segmento puede dar lugar a los resultados más positivos, tanto para aumentar el gasto del visitante, como su conseguir mejorar su número y calidad.

2 Marco Teórico.

A. Un aporte a la Cocina Regional; la diversidad de cultural y la heterogénea del Perú son las principales razones por la que nuestra cocina se enriquece a diario de forma sorprendente y divertida. Y no podría ser de otra manera, pues tenemos un sinfín de ingredientes que van desde lo más recónditos frutos de más hasta los mejores tubérculos del mundo, pasando por hierbas de olores y sabores inconfundibles.

La cocina regional ofrece una variedad infinita de platos, y sin embargo, poco se sabe de ella, porque es una tradición más oral que escrita.¹⁸

B. Productos Nativos:

¹⁸Información obtenida, Módulos de Cocina Regional. Instituto de Cocina peruana. CETURGH PERÚ.

Rivera (2012): El Perú es un país heterogéneo, que alberga una gran diversidad ecológica que requiere ser estudiada y adecuadamente explotada para constituir fuentes de trabajo y bienestar de sus poblaciones, especialmente de las rurales. En este contexto, el desarrollo de los cultivos nativos y las agroindustrias rurales son una de las alternativas viables, pero requiere superar muchas limitaciones.

El nuevo escenario internacional ofrece grandes posibilidades para el desarrollo de la agricultura, la producción de alimentos, el mejoramiento de las tecnologías y el financiamiento, siempre y cuando se asuma como imprescindible realizar un gran esfuerzo productor, transformador, exportador que nos permita usar eficientemente nuestras ventajas comparativas para alcanzar niveles de competitividad.

A. ESTADIO I: SITUACION NO ESTRUCTURADA

En este estadio se describirán de manera general la realidad problemática que afronta la Provincia de Huancabamba. Encontrándose mediante un análisis de las situaciones percibidas.

1. Se ha podido observar que hay algunos cocineros en la Provincia

de Huancabamba que mantienen una tradición muy peculiar en la preparación de uno de los platos típicos; esto se observó en el plato de “cuy con papa”, cuando este se está friendo se le coloca una piedra encima del cuy aplastándolo contra el perol con aceite; esta piedra comentan los cocineros de la zona que es herencia familiar y que esto le da un sabor diferente al cuy y que ese es el secreto de su sabor.

2. Para la preparación de los dulces preparados a base de leche se les hecha dos hierbas: una es poleo del pasmo que dicen es para que no te de viento (enfermedad que da a base del aire) como también la hierba de la ventosidad para evitar que la leche te caiga mal.

B. ESTADIO II: SITUACIÓN ESTRUCTURADA

1. Análisis de Insumos y Recetario
2. Talleres a los Comedores Populares

C. ESTADIO III: MODELO VIABLE

D. SAROCTMC S: SOCIOS PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA

PROVINCIA DE HUANCABAMBA

Los socios para el desarrollo de la comida típica de la Provincia de Huancabamba fueron las personas con las que se trabajó para poder desarrollar la investigación realizada quienes contribuyeron a lograr los objetivos planteados; trabajando con los productores agrícolas quienes son los que brindaran los productos e insumos para la preparación de los platos tradicionales.

Otro de los socios es la Municipalidad Provincia de Huancabamba, quienes contribuirán con la ayuda necesaria para la ejecución de capacitaciones, y hacer que este estudio de investigación se desarrolle en su totalidad.

Los trabajadores y dueños de los restaurantes se enfocan en mejorar la calidad al servicio del cliente; sabores de la comida y la atención; donde se busca la aceptación del visitante en el restaurante.

A: ACTIVIDADES PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE

LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

Las actividades que se desarrollaron en la investigación es la elaboración de talleres de capacitación a las madres de familia de los comedores populares y padres de familia que apoyan voluntariamente a sus esposas en la labor diaria; el tema es direccionado principalmente a la importancia que tiene la comida típica de su localidad, proporcionándoles la información necesaria a las madres y padres de familia, con el objetivo primordial de incentivar la preparación y difusión de los platos tradicionales de la Provincia de Huancabamba.

Otra de las actividades que se realizó es la presentación de planes de capacitación a la Municipalidad Provincial de Huancabamba para los restaurantes y pobladores; donde se presentan temas orientados a la comida tradicional, donde se pueda desarrollar la gastronomía de manera completa con la ayuda de los pobladores, restaurantes y colegios.

Presentación y degustación de platos típicos de la Provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura, direccionado a los trabajadores, docentes, administrativos y alumnos de la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura, en donde se les dio a conocer la calidad, riqueza y variedad gastronómica con la que cuenta Huancabamba, presentando platos típicos con tradición ancestral.

Diseñar, ejecutar y difundir la presentación de un recetario gastronómico, el cual indicara cada uno de los platos típicos, la preparación, el tiempo de elaboración, insumos a utilizar y precios, indicando la variedad de platos y productos oriundos con los que se beneficia; el cual servirá de guía para los interesados en la gastronomía de la sierra Piurana.

R: GRUPO DE INTERÉS PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

En el grupo de interés con el que se trabajó y me permitió realizar la investigación fueron dos: los agentes y el dueño. Los

agentes fueron personas y entidades que ayudaron muy amablemente; la oficina de Turismo de la Municipalidad de Huancabamba, quienes cumplieron un papel muy importante en la investigación; ya que fueron ellos las personas que ayudaron con información y datos necesarios que se requirieron en la investigación.

Los pobladores de la localidad, quienes son un punto clave; debido que son ellos las personas encargadas de recibir y atender a los turistas con la amabilidad, cortesía y respeto que estos se merecen; logrando que los visitantes se lleven la mejor impresión de la Provincia de Huancabamba.

Los cocineros de los restaurantes deberán estar lo suficientemente aptos y capacitados para desenvolver su papel, que son los que estarán directamente relacionados con los turistas como las personas encargadas de dar al turista parte muy importante de una visita “comida de calidad”.

Finalmente los docentes, administrativos y alumno de la

universidad Alas Peruanas - Filial Piura, quienes participaron de la degustación de platos típicos de Huancabamba; donde se presentó y se expuso cada uno de los platos representativos de la sierra, todo ello con el objetivo de exteriorizar y medir el nivel de aceptación que tiene la gastronomía fuera de su localidad.

El segundo grupo de interés es el dueño; la Municipalidad Provincial de Huancabamba será la entidad encargada a la que se le presentara el proyecto de investigación, para así lograr como objetivo principal dar partida a un proceso de reconocimiento e interés de la comida tradicional, buscando la identificación e intervención del ente gestor a que desarrolle la Gastronomía Huancabambina y Región Piura.

O: OFERTA DE SOLUCIONES PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

Las ofertas de solución que se presentan para el desarrollo de la comida típica, es: la preocupación por la calidad de la materia prima,

siendo una de las más importantes en la preparación de platos.

Variedad y buena presentación de platos de tradición, cumpliendo con los estándares de calidad que estos requieren.

Conseguir complacer al comensal, creando la necesidad de repetir el gusto, logrando una completa satisfacción del turista.

Accesibilidad de precios para adquirir los platos.

C: CLIENTES PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

Los clientes que serán los más beneficiados con la investigación y son los más directos, son los comensales (turistas/visitantes) de los restaurantes de la Provincia de Huancabamba, que disfrutarán de la variedad de platos tradicionales que se les dará a ofrecer en los restaurantes de la localidad.

Según el registro de se tiene en la Oficina de turismo de la Municipalidad, la llegada de turista nacionales y extranjeros a la Provincia de Huancabamba, se

calcula una cifra 250 turistas al mes dependiendo la época del año que se encuentre por las consecutivas lluvias; teniendo muy presente que no todos los turistas llegan a la oficina para el debido registro aumentando la cantidad de turistas visitantes. Según el estudio realizado el 80% de los turistas buscan el turismo místico y el 20% restante otro tipo de turismo.

Se busca satisfacer en su totalidad a los turistas, sea cual sea el tipo de turismo que busquen practicar.

T: TRATO Y RELACIONES CON LOS CLIENTES PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA

El trato y las relaciones que tienen los turistas o comensales los pobladores de la Provincia de Huancabamba debe ser amable, cordial y con respeto, buscando un ambiente seguro, confiable ofreciendo la mejor atención y comodidad del turista, siendo ellos los que darán el desarrollo y mejora de calidad de vida a la población local. Consiguiendo la satisfacción y confianza de cada

uno de ellos se lograra atraer más visitantes

M: CANALES O MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EL ÉXITO DE LA IMPORTANCIA DE LA COMIDA TÍPICA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA



Los medios y canales de comunicación que se usó son folletos, las redes sociales promocionando la gastronomía de Huancabamba, páginas web mencionando la riqueza, variedad turística como también ferias gastronómicas mostrando los platos de tradición.

Trabajando con el DIRCETUR siendo la primera entidad con la que se trabajara para la Promoción y difusión de la comida típica. Usando la cuenta de Facebook de Turismo Huancabamba se mostrara fotos, videos e información turística y gastronómica de la Provincia de Huancabamba.

Estos serán los medios de comunicación usados para difundir la gastronomía y gran variedad de platos típicos que se pueden encontrar.

3.6 ESTADIO V: PLAN Y PRACTICA

Tabla N° 69: Tabla de Plan y Práctica de los Objetivos

E. ESTADIO 5: PLAN Y PRACTICA

OBJETIVO	LOCAL		NACIONAL		INTERNACIONAL	
	PLAN	PRÁCTICA	PLAN	PRÁCTICA	PLAN	PRACTICA
Elaborar un plan de capacitación para restaurantes, pobladores y colegios de la provincia de Huancabamba, referente a la importancia que tiene la comida tradicional.	Elaboración de un plan de capacitación para restaurantes, pobladores y colegios en la provincia de Huancabamba.	Realizar el plan de capacitación en la provincia de Huancabamba con el apoyo de la Municipalidad a los restaurantes, pobladores y colegios.	Presentar el plan de capacitación al Dircetur siendo una entidad de apoyo al turismo, para poder ejecutarlo en la ciudad de Piura	Ejecutar el plan de capacitación en la ciudad de Piura, con chefs, personas interesadas en la gastronomía de la sierra Piurana.	Con el plan de capacitación, presentado y aceptado por entidades como la DIRCETUR, Pentur o Mincetur, se podría trabajar ya fuera del país.	Con personas ya capacitadas en su totalidad en la gastronomía de la provincia de Huancabamba; se presentaría el arte culinario que tiene el Perú en el exterior.
Elaborar un recetario de comidas tradicionales de la	Elaboración de un recetario que ayude a los restaurantes o	Lograr que el recetario esté al alcance de los pobladores o	Presentar el recetario a entidades, instituciones o	El recetario sea aceptado en la región Piura y en otras ciudades,	Logrando que el recetario sea conocido y utilizado en	Siendo aceptado el recetario, se trabajará para que este sea

<p>provincia de Huancabamba, que ayude a la elaboración d platos tradicionales a los pobladores.</p>	<p>pobladores que sirva como ayuda o guía para la preparación de platos típicos.</p>	<p>personas interesadas en la gastronomía de Huancabamba, ayudando así a motivar más a la práctica y preparación de platos tradicionales.</p>	<p>restaurantes interesados, mostrando la variedad de platos de tradición de la provincia de Huancabamba</p>	<p>mostrando la gastronomía de la provincia de Huancabamba estando al alcance de todas las personas interesadas en el conocimiento y preparación de platos de la sierra.</p>	<p>Huancabamba como en la región Piura, se trabajaría para que pueda ser presentado a entidades gastronómicas como una alternativa de comida peruana.</p>	<p>promocionado internacionalmente, presentado como una elección a la gastronomía peruana que se puede desarrollar y exteriorizar.</p>
<p>Realizar una degustación de platos típicos de la provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura</p>	<p>El realizar una degustación de platos típicos de la provincia de Huancabamba en la ciudad de Piura, presentando la</p>	<p>Realizar una degustación de platos de tradición de la provincia de Huancabamba, en la Universidad Alas</p>	<p>Proponer a las entidades privadas o públicas a la ejecución de ferias o presentación de platos</p>	<p>Realizar ferias gastronómicas, presentación de platos o una degustación de platos tradicionales de la Sierra piurana</p>	<p>Presentar proyectos a entidades gubernamentales o privadas, presentando alternativas para dar a conocer la</p>	<p>Realizar una feria gastronómica en el exterior, presentando el arte, diversidad, riqueza y cultura de la gastronomía, aprovechando las</p>

	variedad y cultura gastronómica de la sierra piurana.	Peruanas- filial Piura; trabajando con los docentes, administrativos y alumnos, analizando la aceptación que tiene cada uno de estos platos	típicos de la sierra piurana; presentando proyectos a las entidades de apoyo a la gastronomía	a nivel nacional, incluyendo la gastronomía de la sierra de Huancabamba en la gastronomía peruana	gastronomía del Perú – Sierra piurana, exteriorizándola en diferentes lugares del extranjero, dando a conocer la cultura gastronómica del Perú.	tradiciones ancestrales; exhibiendo los platos típicos que marcarán la diferencia a nivel nacional.
Incentivar a los comedores locales a la práctica y preparación de platos oriundos de la provincia de Huancabamba	Realizar un taller para comedores populares de la provincia de Huancabamba, tomando los temas de platos típicos,	Trabajar con los comedores populares, realizando un taller teórico – práctico, donde se hable de temas sobre la comida	Proponer y presentar el taller a entidades de apoyo, como una alternativa de práctica, aprovechando los insumos de	Realizar talleres a los comedores populares trabajando de la mano con entidades de apoyo; buscando y presentando la comida de la	Plantear este taller de capacitación a entidades de apoyo, quienes puedan brindar la ayuda necesaria donde se trabaje con	Trabajar de la mano con grupos de ayuda social en el extranjero, brindando una alternativa de comida nutritiva y sana para las personas con

	<p>productos oriundos, valor nutricional, etc. Buscando incentivar a las madres de familia a la práctica y preparación de cada uno de estos.</p>	<p>tradicional de Huancabamba, buscando el interés de las madres de familia; aprovechando los productos, presentar una cantidad de platos para la degustación incentivando a la práctica de cada uno de ellos.</p>	<p>calidad y de alto valor nutricional para mujeres y niños, buscando la aceptación de la comida de la Sierra piurana en los distintos comedores populares.</p>	<p>Sierra piurana como una alternativa de preparación en los distintos comedores populares, tratando de dar a conocer la calidad y valor nutricional de cada uno de estos.</p>	<p>personas o grupos de apoyo a personas con recursos económicos bajos en el extranjero.</p>	<p>necesidades de alimento a bajos costos.</p>
--	--	--	---	--	--	--

CONCLUSIONES

- Implementación un programa de capacitación a los pobladores gastronómicos de la zona, donde se les brinden charlas sobre la elaboración de platos típicos y el uso de insumos tradicionales, que pretendan generar alternativas para el desarrollo de la provincia de Huancabamba de manera sustentable.
- Presentación del plan de capacitación denominado “Platos Tradicionales en la Provincia de Huancabamba” para conocer el valor e importancia de la gastronomía de la zona y como puede transformarse en una ventaja competitiva para los involucrados.
- Se elaboró un recetario, identificando y presentando platos, postres de tradición de Huancabamba, desglosando cada receta mediante preparación. Insumos, costo y tiempo. Presentando el recetario como una nueva alternativa para la preparación de platos tradicionales
- En la elaboración de la degustación de platos típicos, se pudo obtener un resultado más profundo de la aprobación de la comida de la sierra, presentando variedad de platos, midiendo el nivel de aceptación de los platos oriundos de la Provincia de Huancabamba en los comensales de prueba de la Universidad Alas Peruanas, para conocer cuáles son sus motivaciones de carácter alimenticio y cultural.
- La realización de un taller a las madres de los comedores populares, se pudo reconocer el interés e importancia que se le puede dar al desarrollo de la gastronomía en Huancabamba, en forma sostenible, para garantizar su aprovechamiento en el futuro, logrando reactivar la economía de los pueblos en base a la importancia de los platos típicos y su influencia en la cocina regional.

RECOMENDACIONES

- Teniendo en cuenta las potencialidades de esta provincia para desarrollar esta actividad, sería importante que los organismos estatales y privados desarrollen políticas para las capacitaciones de talleres formativos en la elaboración de platos típicos, uso de insumos de la zona y calidad de servicio, que puedan generar ganancia en todo los servicios, además de generar la oferta de servicios gastronómicos
- La Municipalidad Provincial de Huancabamba en alianza estratégica con la Oficina de Turismo, deben proponer los lineamientos para la creación de productos y servicios gastronómicos innovadores con elementos de la cocina típica local que agreguen valor a experiencias significativas en los visitantes.
- La municipalidad provincial, edite el recetario de manera gratuita, para que toda la población se beneficie con la información brindada en este recetario
- Realizar diferentes ferias gastronómicas en la ciudad de Piura, teniendo de Alianza estratégica a la Universidad Alas Peruanas, Escuela de Turismo, Hotelería y Gastronomía para asegurar el mejor resultado en la aceptación y aprobación de la comida tradicional de la sierra, logrando una adecuada presentación y preparación de los platos típicos que sirvan como eje para la creación de productos-servicios gastronómicos innovadores.
- Se debe trabajar constantemente con los comedores populares y buscar no perder el contacto directo con las madres de familia de todos los comedores. Tratando de buscar las raíces culinarias y la forma de entender sus cultura en base a la cocina regional, popularizada en la actualidad por las diferentes costumbres criollas en toda la Región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A. LIBROS:

AVILA,ROBERTO (2001). **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**. LIMA, PERÚ. 23.PP

AVILIA B. (2008). **PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA GASTRONOMÍA PERUANA**. PONTIFICIA UCP. 168 PP.

BENAVIDES, G. (2001). **ALIMENTACIÓN Y GASTRONOMÍA**. 2ª ED. LIMA, PERÚ.

CAMACHO, I. AVOLIO, B. LÓPEZ, L. PÉREZ, F (2008). . **PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE LA GASTRONOMÍA PERU**. EDITORIAL PEARSON.LIMA, PERÚ. 180 PP.

CHECKLAND, P. (1993), “**METODOLOGÍA DE SISTEMAS BLANDOS**”, 95 P.P

HERNÁNDEZ, R.; FERNÁNDEZ, C; BAPTISTA, M. (2006). **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**. EDIT. MC GRAW HILL. 95 P.P

HOCQUENGHEN A. Y MONZON (1995). **LA COCINA PIURANA**. EDITORIAL IEP. EDICIONES LIMA, PERÚ. 196 PP.

HURTADO, J. (2000). **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**. 3ED. INSTITUTO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA CARIPITO, VENEZUELA. 624PP.

LATORRE, R. (2008).**MONOGRAFÍA ACTUALIZADA DE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA**. 2ª ED. PIURA, PERÚ. 250 PP(2007).

MAYA. J. **TURISMO, HOTELERÍA Y RESTAURANTES**. BARCELONA, ESPAÑA.1ª ED. 727 PP.

ROCA,B. (2004). **ENCICLOPEDIA TEMÁTICA DEL PERÚ**. TOMO XVI. EDITORIAL EL COMERCIO.LIMA, PERÚ. 380 PP.

VILLAVICENCIO M.(2007). **SEMINARIO HISTORIA DE LA COCINA PERUANA**. EDITORIAL SAN MARTÍN DE PORRES. LIMA, PERÚ. 316 PP.

WESTON, R (1993). **CULTURA, IDENTIDAD Y COCINA EN EL PERÚ**. LIMA, PERÚ. 367 PP.

ZAPATA, A. (2006).**DICCIONARIO DE GASTRONOMÍA PERUANA TRADICIONAL**. EDITORIAL UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES. LIMA, PERÚ. 735 PP.

B. TESIS

- Canales Cynthia Elizabeth y otros (2009). **Propuesta de un Plan de Negocios Para Implementar y Comercializar un Sistema de Franquicias de un Restaurante Turístico de Comida Criolla de la Ciudad de Piura.** Piura. Perú. Universidad Cesar Vallejo. Piura. Perú
- Noriega Ordoñez Ricardo (2001). **Plan de Introducción de la carne de cuy en Lima Metropolitana: Estudio de Mercado y Propuesta Empresarial.** Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Carrión Peña Cistina Sadén. (2006). **Implicancias de la Gastronomía como Recurso de la Actividad Turística en el Desarrollo Económico del Departamento de Piura.** Universidad Nacional de Piura. Piura. Perú
- Hidalgo Barriga NanciEmitelia (2010). **Platos Típicos que pueden ser Puestos en Valor de los Recursos Gastronómicos Típicos y Tradicionales, con el Fin de Fomentar el Desarrollo del Turismo de la Ciudad de Riobamba.** Universidad Católica de Loja. Loja, Ecuador.
- Frias Valenzuela Marcia Argelia y otros (2001). **La Importancia del Rescate de La Comida Barroca como Arte culinario dentro de la Gastronomía del estado de puebla.** Instituto Politécnico Nacional. Buenos Aires, Argentina.
- Bacchiarri Romina (2006). **Fenómeno Gastronómico rosario y su Implicancia turística.** Universidad Abierta Interamericana. Buenos Aires, Argentina.
- Yáñez Ruiz Carla Natalia (2005). **Gastronomía tradicional de Acapulco.** Universidad de las Américas. Acapulco, México.
- Méndez Alonso, Omar Alejandro (2007). **Gastronomía Yucateca: Fusión de Culturas.** Universidad de las Américas. Puebla, México.
- Prieto, Julieta Cristina (2003). **Investigación Aplicada Sobre Demanda Potencial de Gastronomía Regional Dulce en San Telmo, en Base a Propuesta de Inversión.** Universidad Abierta Interamericana. Buenos Aires, Argentina.
- Salvagno, Nadia Soledad (2006). **Investigación Aplicada a la Demanda potencial de un Restaurante de Gastronomía Francesa, Utilizando como Base un Ante Proyecto.** Universidad Abierta Interamericana. Buenos Aires, Argentina.

C. REVISTAS

1. Módulos de Cocina Regional. Instituto de Cocina peruana. CETURGH PERÚ.
2. Memoria del tema: Cocina como literatura y erotismo, presentada en el 1er Congreso sobre Patrimonio Gastronómico y Turismo Cultural en América Latina y el Caribe.

D. PERIODICO

1. Ver. Documento publicado en el Diario Oficial El Peruano el 26 de octubre del 2007.

E. INTERNET

1. <http://prezi.com/kobumzmooetg/corrientes-culinarias-montse/>.Página visitada por última vez el día 8 de mayo del 2014
2. García, Carlos. Gastronomía Vs. Identidad Gastronómica. En: <http://www.sazonado.blogspot.com/2008/01/html>. Enero 22, Chile 2008.
3. Cifuentes, Cesar. <http://www.About.com/2012> Comida Peruana. Las ferias Gastronómicas en el Perú. Octubre 16 del 2012
4. Rivera, Ricardo. <http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro07/Cap3>. Los cultivos Nativos: situaciones y estrategias para su desarrollo

AGRADECIMIENTO

Debo agradecer de manera muy especial a mis profesores que me han brindado su apoyo y confianza por asesorarme brindándome sus ideas para la realización de esta tesis.

Al Doctor Alex Huamán por haberme ofrecido sus conocimientos sin dudarlos, por el tiempo y ayuda dada; al Chef Pablo More por el apoyo y confianza incondicional y al Profesor Manuel Oliva por haberme brindado su confianza y amistad inigualable como también por brindarme respuestas a cada interrogante.

REFERENCIAS PERSONALES

Cano Aquino, Carolina. Bachiller en Turismo, Hotelería y Gastronomía, egresada de la Universidad Alas Peruanas – Filial Piura. Me considero una persona responsable, con visión de futura y creativa; con facilidad para trabajar en equipo, con habilidad y destreza para desempeñar en cualquier área de trabajo.



ANEXO N° 12: GASTOS DE LA INVESTIGACIÓN

BIENES	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL (S/.)
Papel A4	Millar	5	22.00	110.00
Lapiceros	Unidad	20	1.00	20.00
Corrector Texto	Unidad	2	3.00	6.00
CDs	Cono	9	1.2	10.80
Fólderes Manila	Ciento	3	1.0	3.00
Fotocopia b/n y Colores	Unidad	2000	0.10	200.00
Impresión de encuestas	Cientos	200	0.10	20.00
Digitación de encuestas			75.00	75.00
Anillados	Unidad	6	8	48.00
Empastado	Unidad	4	25.00	100.00
Internet	Hora	200	1.00	200.00
Refrigerios				250.00
Movilidad Interna				80.00
Transporte Terrestre				525.00
Impresión	Hojas	2000	0.30	600.00
Video Documental		2	400	300.00
Degustación de Platos				450.00
Taller a comedores populares				170.00
TOTAL				3167.8