

GASTRONOMÍA PERUANA

EN EL MUNDO

“Lima es reconocida como la tercera ciudad del mundo con la mejor comida”

(Taste Atlas, Mayo 2023)

“Perú se ubica en el TOP 10 de los mejores destinos culinarios del mundo”

(según National Geographic, Abril 2023)

“Perú es nominado como mejor destino gastronómico en los ‘Oscar del Turismo’”

(World Travel Award 2023)

Noticias como éstas de reconocimiento mundial a nuestra gastronomía levantan por un momento nuestro alicaído orgullo. La pandemia del Covid-19, donde la libertad de tránsito se vio fuertemente restringida, fue un duro golpe al turismo gastronómico que representaba importantes ingresos a la economía nacional. Actualmente los conflictos políticos y el elevado precio del transporte internacional retrasan la vuelta del boom gastronómico que representó el Perú, pero, como dice el dicho “si Mahoma no va a la montaña, la montaña va a Mahoma” la comida peruana empezó a “migrar” buscando nuevos paladares alrededor del mundo.

Originalmente concebida como “acompañante” de grupos migratorios peruanos desde la diáspora de la década del 90, la cocina peruana se dirigía específica (y casi exclusivamente) a la comunidad peruana, con un volumen y presentación de susto, y siendo un absoluto desconocido para el ciudadano nativo. Con el nuevo siglo, la crítica gastronómica especializada ve tanto a jóvenes chefs peruanos preparados en el extranjero como Rafael Piqueras o Gastón Acurio, al igual que promotores apasionados como Mariano Valderrama y Bernardo Roca Rey que llamaron su atención y empezaron a valorar sus sabores, sus orígenes y su apreciado sabor.

Fueron asimismo las participaciones internacionales como Madrid Fusión (España), StarChefs International Chefs Congress (EEUU), Identità Golose (Italia), etc. las que sirvieron de vitrina para que el ciudadano de a pie, ávido de experimentar nuevos sabores, elija por el sabor peruano.

Con el impulso dado por los buenos comentarios, el desarrollo de la cocina peruana en el exterior se dio a través de tres cauces: (1) La creación de restaurante de autor, con una cocina gourmet y de avanzada (“Jarana” de Acurio en EEUU; “MAZ” de Virgilio Martínez

en Japón; “Tampu” de Miguel Angel Valdiviezo en España, entre otros). (2) Los restaurantes de emigrantes, quienes vieron en su presencia, su conocimiento de la ciudad y la curiosidad de los nativos una oportunidad de monetizar su pasión con una propuesta más tradicional, mejor presentada y popular. Y (3) Las cadenas y franquicias, que ya han dado el salto internacional mostrando el mismo sabor donde se instale como: “Sanguchería La Lucha” (Chile, Colombia), “Chinawok” (8 países) o “Tanta” (7 locales en 3 países).

¿Y esto cómo repercute en el Perú? Además de dejar bien en alto el sabor del Perú en boca de todos, los más de 2,000 restaurantes peruanos en el exterior no solamente son un vehículo promocional del país en su conjunto, sino también promotores del turismo gastronómico, donde el turista anota los lugares a visitar como Cuzco o Nazca y a su vez los lugares donde comer (es impresionante el volumen de reservas realizadas en restaurantes por agencias de viajes receptivas).

Y lo principal, un restaurante serio que se precie de ser peruano, ha de utilizar principalmente insumos propios del Perú para que la experiencia sea la más cercana a nuestro origen. La aceptación de la cocina peruana incentiva la demanda de importación de más insumos: ajíes, menestras, quinquas, entre otros, demanda que viniendo de diferentes países logran un volumen significativo, generando una cadena virtuosa productiva; con mejores técnicas de cultivo, mayor volumen de producción, mejor calidad de producto, más exportaciones y con ello más trabajo e ingresos para los peruanos.

Así que, la próxima vez que celebremos el placer de degustar la verdadera y genuina comida peruana, estaremos seguros que cada bocado representa nuestro pequeño gran aporte a la economía del Perú y nuestra gente. ■