

“Gastronomía peruana: valor cultural y sensorial para el mundo”

¿Qué tan rápido está creciendo la presencia de la gastronomía peruana en el extranjero?

El crecimiento ha sido sostenido y, en los últimos años, se ha acelerado de manera notable. La gastronomía peruana ha ganado protagonismo por su autenticidad y prestigio, reconocido en rankings internacionales.

Este panorama positivo responde a la calidad de la propuesta, la variedad de insumos y la excelencia del servicio ofrecido por chefs en todo el mundo. Galardones internacionales como las estrellas Michelin y posiciones destacadas en el ranking **World's 50 Best Restaurants** lo confirman.

La cocina peruana destaca además por sus diversos formatos, desde la comida callejera hasta la alta gastronomía. Ante ello, nuestra gastronomía está convirtiéndose en una industria que refleja el valor cultural y conecta lo sensorial con el mundo.

LEA TAMBIÉN: Gastronomía y digitalización impulsarán ventas de franquicias en 4,3 % este año

¿Qué factores están impulsando la

internacionalización de la cocina peruana?

El reconocimiento internacional de nuestros restaurantes y chefs es uno de los principales impulsores. El Perú figura en los principales rankings gastronómicos mundiales, lo cual abre las puertas a nuevos emprendimientos en el extranjero.

A ello se suma el trabajo articulado del Estado, a través de Promperú, la Cancillería y las embajadas y consulados, que promueven nuestra cocina en festivales internacionales como la Feria Internacional de Turismo (Fitur), ITB Berlín y “Perú Mucho Gusto”, cuya edición inaugural en Madrid fue un éxito. Según la ministra de **Comercio Exterior y Turismo, Desilú León**, en el 2025 se realizarán nuevas ferias gastronómicas en Estados Unidos y Brasil.

Otro factor relevante es el consumo de nuevas propuestas relacionadas con la identidad cultural del país, lo que contribuye a que nuestra gastronomía siga creciendo en el mundo. Se valora la disponibilidad de los insumos peruanos como la historia que acompaña a cada plato en los restaurantes extranjeros.

¿Se tiene un estimado de la facturación anual de un restaurante peruano en el exterior?

No hay una cifra única, ya que depende de múltiples factores como su tipo, ubicación, tamaño del negocio y su propuesta. Sin embargo, muchos restaurantes han demostrado ser altamente competitivos en mercados exigentes como Madrid, Miami, Nueva York, Londres y Ciudad de México. Estas ciudades, con alto poder adquisitivo y cultura gastronómica, suelen registrar facturaciones elevadas.

En los últimos años, ¿qué tanto ha variado la rentabilidad del sector gastronómico en el exterior?

Antes de la pandemia, el sector gozaba de márgenes sostenibles. Con la llegada del **COVID-19**, hubo una caída abrupta y muchos emprendimientos se vieron obligados a cerrar. Tras la pandemia, gracias a estrategias innovadoras se inició la recuperación progresiva. La CCL contribuyó, en todos los niveles, para esta recuperación, y nuestro Gremio de Turismo se sumó de manera significativa a esta tarea.

Sin embargo, es necesario recalcar que, aunque la rentabilidad empezó a subir, también lo hicieron los costos. Por ello, actualmente el margen de ganancia se ha ajustado al cambio, a la espera de que se logren recuperar los márgenes que se tenían antes de la crisis sanitaria. Para ello, aún hay desafíos que superar y qué mejor con la digitalización de procesos e internacionalización de la cocina peruana.

¿Qué tipos de restaurantes peruanos son los más rentables fuera del país?

Los modelos más rentables son aquellos que combinan autenticidad y control de costos. Destacan los restaurantes de comida casual, pero con identidad peruana. Aquí tenemos cebicherías y restaurantes de cocina criolla, un formato rentable y accesible realizado por chefs peruanos que toman en cuenta la rotación de mesas y costos más controlados con acceso al consumidor.

Las cadenas y franquicias también tienen margen de ganancia, pero, para ello, se deben tener buenos procesos estandarizados

y una oferta adaptada al consumidor local, todo dependiendo de la eficiencia y el volumen diario.

En los últimos años, han ganado terreno los *food trucks* y *dark kitchens*, puesto que brindan una alternativa para los nuevos emprendedores y chefs peruanos que deciden apostar por la gastronomía peruana en el exterior con bajo riesgo a pérdidas y mayor margen de ganancia. Hay una buena aceptación en Miami y Madrid, siendo este tipo de modalidad muy escalable.

Finalmente, la alta cocina peruana sigue posicionándose con éxito, pues actualmente el Perú cuenta con 23 restaurantes de este nivel en el exterior, lo que refleja el creciente reconocimiento y demanda por su propuesta culinaria.

Restaurantes como Astrid y Gastón, La Mar y Mayta son referentes que han logrado atraer turismo gastronómico en ciudades globales donde existe un público dispuesto a pagar por experiencias *gourmet*.

Actualmente, ¿cuáles son las ciudades con mayor demanda por la gastronomía peruana?

Las ciudades que destacan como mercados estratégicos por su posicionamiento y demanda sostenida respecto a la gastronomía peruana son diversas y bien distribuidas geográficamente. En Estados Unidos, Miami y Nueva York lideran la demanda, puesto que existe una gran comunidad latina y un público cosmopolita que valora tanto la creatividad como la autenticidad de la gastronomía peruana.

En tanto, en Europa, las ciudades con mayor demanda son Madrid, Barcelona y Londres. En Madrid, se han establecido restaurantes de alto nivel como el restaurante Mayta; mientras que, en Barcelona, destacan conceptos de cocina casual como enfoques de cocina marina. En Londres, por ejemplo, se puede

mencionar a “Lima Fitzrovia”, que ha obtenido incluso una estrella Michelin.

En América Latina, ¿qué ciudades concentran la mayor demanda por la comida peruana?

Las principales son: Ciudad de México, Bogotá y Santiago de Chile. La cercanía y afinidad cultural han favorecido la expansión de la gastronomía peruana, donde los chefs peruanos, de exitosos restaurantes, expresan la cocina nacional.

¿Qué mercados emergentes están mostrando oportunidades para la expansión de restaurantes peruanos?

En estos últimos años han surgido mercados emergentes, pero aún tienen poca presencia de restaurantes peruanos. No obstante, se reflejan nuevas aperturas que contribuirán al crecimiento de la demanda gastronómica. Por ejemplo, en Asia, especialmente en Seúl y Tokio, destaca el concepto de cebiche y la fusión nikkei como adaptación e integración para este nuevo mercado.

Así también, en América del Norte, destacan Toronto, Montreal y Vancouver, ciudades multiculturales con comunidad latinoamericana, donde existe un público dispuesto a pagar por calidad. Por otro lado, también hay una creciente presencia de restaurantes de cocina casual como cebicherías y pollerías.



Gastronomía peruana

LEA MÁS:

CCL rinde homenaje a líderes del turismo y la gastronomía en Perú

Restaurantes inician el 2025 con buen ritmo: sector creció 3,17 % en enero

Nuevos emprendedores apuestan por franquicias low cost