

HACIA UNA GASTRONOMÍA SOSTENIBLE



Elaborado por: Rocío López de la Lama

Diagramación e Ilustraciones de: Angela Miranda Cárdenas

Publicación realizada gracias al apoyo del Rufford Small Grants Foundation

Noviembre, 2013

Lima-Perú

HACIA UNA GASTRONOMÍA SOSTENIBLE





EL PRINCIPAL VÍNCULO ENTRE EL SER HUMANO Y EL MAR ES MEDIANTE EL APETITO

(Jennifer Jacquet, 2009).

1. INTRODUCCIÓN

Como peruanos nos sentimos orgullos de nuestra gastronomía basada en la diversidad cultural y biológica que nos ofrecen el mar y la tierra.

El acelerado desarrollo que viene experimentando el Perú, contribuye a una mayor demanda de aquellos pescados y mariscos que convirtieron a la comida marina en la favorita entre los peruanos.

Sin embargo, si queremos seguir disfrutando de un buen ceviche, debemos ser conscientes de nuestra responsabilidad en el consumo. Gastronomía Sostenible ® nos brinda las pautas para lograrlo.

A continuación, se mostrará qué saben, creen y hacen los cocineros de los restaurantes más influyentes en Lima Metropolitana con relación a una Gastronomía Sostenible, enfocada en recursos marinos.

2. GASTRONOMÍA SOSTENIBLE

¿Qué significa?

Una Gastronomía Sostenible (GS) es aquella que cuida sus recursos esenciales y asume la responsabilidad por los futuros impactos de lo que hacemos hoy. Esto incluye no sólo los impactos sobre recursos naturales y ecosistemas sino también sobre valores, ideales y el bienestar de nuestra sociedad en el futuro.

Una Gastronomía Sostenible une el arte, ciencia, cultura y economía de la cocina con la biodiversidad y conservación de los recursos naturales; pero también con los temas de justicia social.

(Fuente: www.gastronomiasostenible.pe, CSA - UPCH)



Criterios considerados en esta investigación para una GS marina:

- ✓ Promocionar y ofrecer la Pesca del Día.
- ✓ Respetar las tallas mínimas y vedas.
- ✓ Reducir el uso de especies sobreexplotadas.
- ✓ Educar al consumidor acerca de la biodiversidad marina.





3. COCINEROS: AGENTES DE CAMBIO

El mar peruano es uno de los más productivos del mundo, gracias a ello posee una enorme abundancia de recursos marinos, lo cual ha hecho posible una cocina de prestigio internacional.

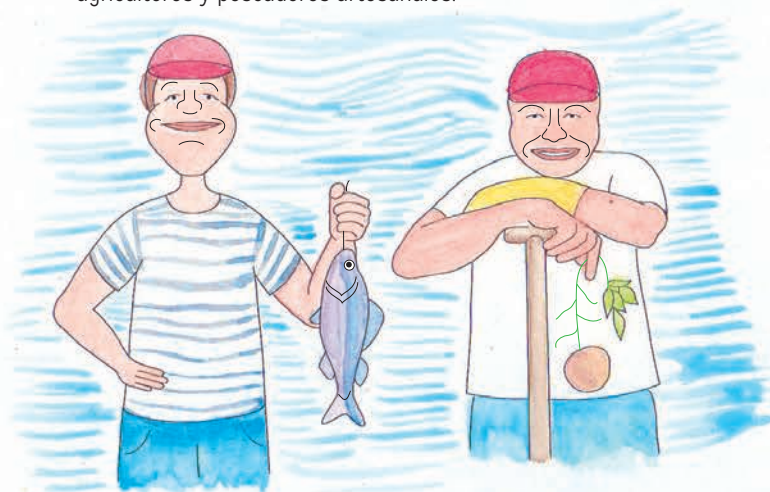
No obstante, la inadecuada política pesquera, el aumento de la demanda de productos del mar, la contaminación y la falta de información, comprometen la disponibilidad a futuro de los pescados y mariscos que consumimos hoy. La irresponsabilidad de nuestro consumo recae, principalmente, sobre las comunidades costeras que dependen del mar no solo para su seguridad alimentaria sino también como fuente de trabajo y por ser la pesca parte de su identidad cultural.

Desde la década del 90 se inició un proceso de revalorización de la culinaria nacional, y actualmente se identifica la gastronomía como un camino para lograr el desarrollo inclusivo de la nación.

Algunos cocineros han liderado este auge gastronómico. Son ellos quienes tienen la capacidad de influenciar a toda una nación gracias a su poder mediático y económico, así como también por ocupar un lugar estratégico en la cadena del mar a la mesa. Los cocineros, en consecuencia, se presentan como agentes de cambio para lograr una Gastronomía Sostenible.

La gastronomía promueve:

- A. El desarrollo económico y social, al brindar oportunidades para pequeños agricultores y pescadores artesanales.



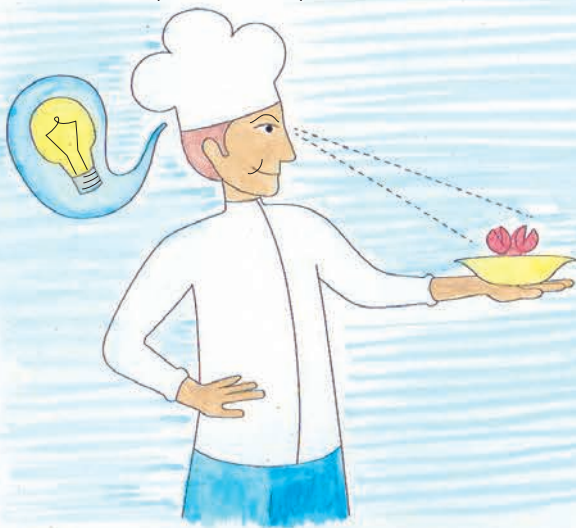
- B. La revalorización de nuestra biodiversidad.



C. Reafirma la identidad cultural peruana.



D. Brinda nuevas oportunidades para salir adelante.



4. INVESTIGACIÓN:

Para esta investigación se identificaron los **conocimientos, percepciones y prácticas** de los cocineros en relación a una gastronomía sostenible. Además, se buscó entender la **dinámica** dentro del restaurante con relación a la compra y oferta de recursos marinos.

¿Cómo?

Primero se aplicó una **encuesta** a 52 cocineros de los restaurantes seleccionados de Lima Metropolitana. La muestra incluyó locales de los distritos de Barranco, Miraflores y San Isidro que cumplían con los criterios del estudio. Las encuestas se llevaron a cabo con el apoyo de 7 voluntarias de la UPCH. Finalmente, se realizó un **grupo focal** con cocineros para una mejor comprensión de los valores obtenidos.

Los resultados permiten identificar los comportamientos, vacíos de información, creencias culturales y las expectativas que se tienen respecto a la sostenibilidad de la gastronomía.

Esta línea base pretende facilitar el trabajo entre diversas organizaciones que buscan promover la sostenibilidad marina, a través de cambios de comportamiento de cocineros y consumidores.

RESULTADOS

5. COCINEROS Y RESTAURANTES:

Cocineros:

La mayoría tiene:

- **25 - 35** años de edad.
- **10 y 20** años dedicados a la profesión.
- **92.3%** son hombres.



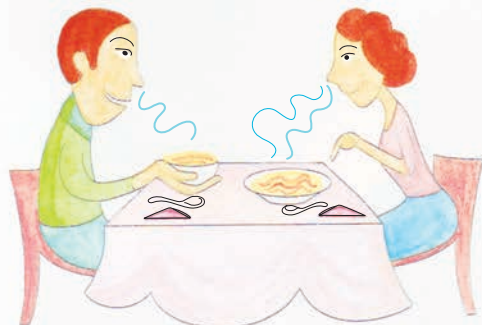
11.5%

estudios completos
en gastronomía



54%

estudios incompletos
en gastronomía.



Restaurantes:



50%

24 a 50 empleados.

Casi la mitad de restaurantes
reciben a más de **100** personas
todos los días.

6. COMPRA DE PESCADOS Y MARISCOS:

El lugar principal de compra de pescados y mariscos son los mercados mayoristas.

Restaurantes



- **56%** compra todos los días
- **27%** compra 3 y 4 veces / semana
- **90%** se abastece de los mercados mayoristas

La compra

67% por un proveedor

20% por sí mismos



Cadena del mar a la mesa: todos los pasos que deben cumplirse para que el pescado acabe en el plato.



7. PESCADOS Y MARISCOS FAVORITOS:

“Se busca y se busca el pescado hasta que se encuentra”.
(Cita de uno de los cocineros del estudio)

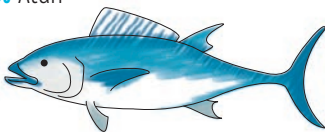
Restaurantes:



- **88.5%** manejan una lista de especies marinas preferidas.
- **40%** no varía la lista a lo largo del año.

Pescados más utilizados en los restaurantes:

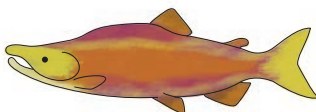
60% Atún



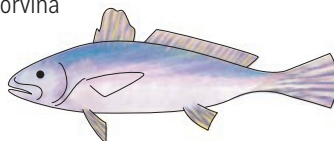
50% Lenguado



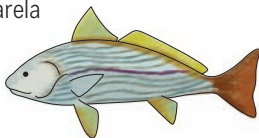
40% Salmón



40% Corvina



35% Charela



27% Mero



Estos pescados fueron escogidos principalmente por su buen sabor y porque los clientes los exigen.

27% Chita



Es decir, 27% de los restaurantes del estudio utiliza la Chita.



La carta es la herramienta de comunicación entre un restaurante y sus clientes. Tiene la oportunidad de contar una historia y es el complemento ideal del mesero.

Sin embargo:

Los restaurantes afirman no mostrar ningún tipo de información, más allá de la composición del plato. **93%**

¿Cada cuánto tiempo cambian la carta?

Restaurantes que cambian su carta a lo largo del año. **80%**

La mayoría la renueva. **2 veces / año**

Un menor porcentaje lo hace cada. **2-3 meses**



La carta es reflejo de la creatividad del equipo del restaurante. Una carta innovadora aprovecha la estacionalidad de los recursos, sorprendiendo a los clientes y favoreciendo al medio ambiente. Hoy, la carta es un medio de comunicación no aprovechada al 100%.

9. CONOCIMIENTO:

El 73% de los cocineros afirmó conocer las medidas legales de preservación de recursos marinos.

De este porcentaje, el 89.5% conoce las vedas; el 50% las tallas mínimas; un 8% la regulación luz de malla, un 5% las cuotas y 21% conoce otras (pesca con dinamita, químicos, aparejos no permitidos) ¹.



iExcelente!

El 83% de los encuestados respondió que las regulaciones no ejercen un impacto económico sobre el restaurante. Gracias a la diversidad de especies marinas, siempre hay alternativas disponibles para aprovechar.

Menos de la mitad de los encuestados, 46%, conoce el PRODUCE, entidad estatal encargada de la regulación de los recursos marinos.



iCuidado!

Al día de hoy no existe ninguna veda establecida para los pescados que son aprovechados principalmente por la pesca artesanal. Solo hay vedas establecidas para la anchoveta, jurel y caballa que son extraídos principalmente por la flota industrial, y para los mariscos.

1. Los porcentajes no son excluyentes por lo tanto no suman el 100 %.

Conceptos de Gastronomía Sostenible:

● ¿Han escuchado hablar de

● Definición correcta

Vedas ²:



100% 87%

Pesca del día:



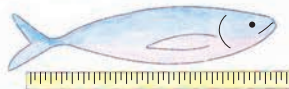
85% 52%

Gastronomía Sostenible:



79% 76%

Tallas mínimas:



77% 67.5%

2. La vedas son la regulación más conocida. Falta reforzar qué son las tallas mínimas y existe cierta confusión respecto a la Pesca del día

10. ACTITUDES:

Los sentimientos e ideas preconcebidas hacia un tema.



De acuerdo



En desacuerdo

Ideas	+     -			
"Los pescados y mariscos del mar nunca van a agotarse"	5%	15%	30%	50%
"Para lograr la sostenibilidad de los recursos marinos una de las soluciones es diversificar la oferta de recursos"	25%	65%	10%	-
"Como restaurante debe ofrecer productos responsables con el mar y medio ambiente"	50%	50%	-	-
"Se debe de pagar un poco más por un recurso marino sostenible y/o certificado que uno normal"	15%	50%	30%	5%
"Promocionaría la pesca del día"	45%	45%	10%	-
"Colocaría "pescado" en lugar del nombre específico en la carta (por ejemplo cambiaría ceviche de lenguado por ceviche de pescado)"	25%	25%	45%	5%
"Estaría dispuesto a ser capacitado en Gastronomía Sostenible"	60%	35%	5%	-

11. PRÁCTICAS:

Se evaluaron cuatro prácticas, relacionadas principalmente a una Gastronomía Sostenible. Si bien los valores obtenidos son bastante altos, invitan a reflexionar acerca de la veracidad de estos resultados.

Cumplen vedas:



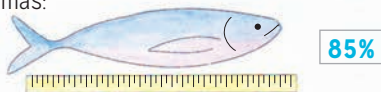
100%

Ofrece la pesca del día:



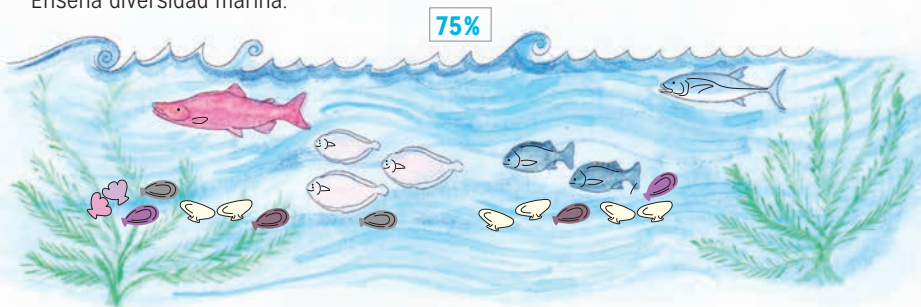
65%

Respetan tallas mínimas:



85%

Enseña diversidad marina:



75%

12. BARRERAS:

Obstáculos para alcanzar una Gastronomía Sostenible hoy.

El pescador:

Poca remuneración por su producto y esfuerzo. Sujeto a la variabilidad natural y del mercado. No posee los recursos económicos ni la infraestructura necesaria para mejorar su actividad ni la calidad del producto.



El consumidor:

Preferencias tradicionales hacia determinados pescados y mariscos. No tiene acceso a medios educativos para aprender de la diversidad marina ni del consumo responsable.



El restaurante:

No puede conseguir pescado de buena calidad/fresco en los mercados mayoristas. Dificultad para entablar una compra directa con los pescadores artesanales tanto por cantidad como por la calidad del producto. Falta de acceso a la información de productos sostenibles. Sujeto en cierta medida a los precios y términos de los proveedores.



13. EL RESTAURANTE COMO LUGAR DE APRENDIZAJE

El restaurante puede presentarse no solo como un lugar de relajación para disfrutar de una placentera cena, sino también como un espacio de aprendizaje para los clientes y para su propio equipo.

Dato:



— 90% 

afirmó que el restaurante es y puede llegar a ser un sitio de aprendizaje.

Las razones principales

El restaurante es un canal de comunicación entre los consumidores, los cocineros y los ingredientes que se ofrecen. Permite aprender nuevas técnicas de cocina a los cocineros en entrenamiento. El conocimiento acerca de los agricultores y pescadores revaloriza su trabajo. Todas estas variables, lo convierten en el lugar perfecto para dar el ejemplo de sostenibilidad.

14. COMPROMISO

¿Qué se quiere lograr de aquí a 3 años?

En el grupo focal se logró identificar metas factibles para ser implementadas de aquí a tres años.

- ✓ Respetar las vedas.
- ✓ Practicar la Pesca del Día.
- ✓ Promocionar nuevos productos sostenibles que roten según temporada y que incluya pescados de acuicultura responsable.
- ✓ Impulsar el restaurante como lugar de aprendizaje para el cliente.



Metas factibles a corto plazo que no se mencionaron:

Respetar tallas mínimas, favorecer la compra directa con el pescador artesanal, y fomentar asociaciones entre pescadores artesanales y entre restaurantes.



¿Qué se necesita para lograr esto?

Herramientas necesarias para promocionar la gastronomía sostenible:

- ✓ Calendario de estacionalidad, tabla de tallas mínimas y pesos permitidos.
- ✓ Mayor investigación acuícola
- ✓ Guía de especies de pescados y mariscos recomendados, recetas con especies alternativas.
- ✓ Proceso de evaluación de prácticas sostenibles y certificación para el restaurante.

15. PESCA DEL DÍA

Definición construida en el grupo focal

El pescado ofertado en los mercados mayoristas en el día, que se encuentra en mayor abundancia, tiene un precio adecuado, y es de buena calidad y frescura.

La Pesca del Día brinda el espacio necesario para que el cocinero experimente con una mayor diversidad de pescados, y así reduce la presión sobre las especies más explotadas comercialmente. Además, es una buena ocasión para probar nuevos sabores para los consumidores atrevidos.



16. COCINEROS ¡ ALLÁ VAMOS !

Lograr una Gastronomía Sostenible trae beneficios sociales, económicos y ambientales a través del uso responsable de los recursos. Para ello se requiere del compromiso de todos los agentes involucrados, sustentado en los siguientes pilares:



Responsabilidad:

Desde el mar y el pescador, hasta la mesa y el consumidor, todos tenemos un rol clave para asegurar la sostenibilidad de la comida peruana.



Colaboración:

Es necesaria la cooperación entre cocineros, proveedores, pescadores artesanales, organizaciones, universidades y Estado para promover la oferta y demanda sostenible de los recursos marinos.



Acción:

Aquellos cocineros promotores de una gastronomía sostenible, que utilizan el restaurante como lugar para el aprendizaje, experimentación e intercambio de experiencias entre los actores.

¡ATENCIÓN!
ESTAMOS EN
VEDA DE
CAMARONES

CUIDEMOS
NUESTRAS
200 MILLAS



COCINA



EL CHEF
RECOMIENDA
LA PESCA DEL DÍA:
CACHEMA



17. GLOSARIO

Pesca del día: Comprar y ofertar la pesca que ha salido ese el día, sin pedir las especies de pescados habituales. Por ejemplo; ceviche de pescado.

Pescador Artesanal: quien extrae recursos hidrobiológicos, con o sin el uso de embarcación artesanal o arte de pesca, preferentemente, para el consumo humano directo.

PRODUCE: Ministerio de la Producción.

Sostenibilidad: uso de los recursos para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer a las generaciones futuras.

Talla mínima: Es la talla a la que un pez o marisco recién alcanza la madurez sexual y se presume que ya ha dejado descendientes antes de ser capturado.

Veda: Un período en el cual no se puede extraer, transportar, comercializar ni aprovechar un recurso marino debido a que está en período de reproducción o en peligro crítico.

Esta publicación no hubiera sido posible sin el apoyo de Rufford Small Grants Foundation, el Centro para la Sostenibilidad Ambiental de la Universidad Peruana Cayetano Heredia y el Laboratorio de Estudios en Biodiversidad - UPCH.

Un especial agradecimiento a todos los restaurantes que participaron en el estudio y a las voluntarias de la Universidad Peruana Cayetano Heredia que apoyaron en el proceso de la toma de datos: Arianna Basto, Giuliana Sánchez, Alejandra Bussalleu, Cristina López, Ana Ponce de León, Emi Murata y Fabiola Valdivia.

