

LOS PRODUCTOS NATIVOS DE LA PROVINCIA DE HUÁNUCO COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA COMIDA NOVO ANDINA 2018

Dr. Manuel Alberto Mori Paredes.
Universidad Cesar Vallejo. Callao. m2paredes@hotmail.com
Dra. Arcelia Olga Rojas Salazar.
Universidad Nacional del Callao m2arcelia@hotmail.com
Mg. Aida Contreras Yalan
Universidad Nacional Hermilio Valdizan Peru
c_aida23@hotmail.com

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “ Los productos nativos de la Provincia de Huánuco como alternativa para el desarrollo de la comida Novo andina 2018” se realizó en una muestra de 200 personas aplicando y persiguiendo durante toda la investigación la identificación de productos nativos potenciales de la Provincia de Huánuco y su descripción, con las nuevas tendencias gastronómicas del mercado para fomentar la promoción de los mismos; el método utilizado fue el descriptivo explicativo; para la fase de resultados y discusión se usó la estadística descriptiva permitiendo acceder a resultados confiables, utilizando un nivel de significación del 5%, para las hipótesis planteadas en el estudio.

Palabras clave: Productos nativos, Novo andina, tendencias gastronómicas, fomento de la promoción,

**THE NATIVE PRODUCTS OF THE PROVINCE OF HUÁNUCO AS AN ALTERNATIVE
FOR THE DEVELOPMENT OF NOVO ANDINA 2018**

ABSTRACT

The present research work entitled "Native products of the province of Huanuco as an alternative for the development of Novo andina 2018 food" was carried out on a sample of 200 people applying and during the entire investigation to pursue the identification of potential native products of the province of Huanuco and description, with the new gastronomic trends of the market to promote the promotion thereof; the method used was the descriptive explanatory; for the phase of results and discussion descriptive statistics allowing to access reliable results, using a significance level of 5%, for the hypotheses raised in the study was used.

Key words: native products, novo andina, gastronomic trends, promotion of the promotion.

I.INTRODUCCIÓN.

La industria turística mundial en las últimas décadas ha experimentado muchos cambios respecto a la forma de comercialización del producto turístico que cada vez se torna exigente respecto a todos sus elementos; uno de ellos se refiere a la gastronomía de cada destino que muchas veces es el principal motivo de visita por parte del turista (Millán et al, 2016); un claro ejemplo es Francia que posee el primer puesto a nivel mundial en este rubro, debido a que su gastronomía es la fusión de varias culturas siendo el secreto de su preferencia a nivel mundial, al igual que la comida italiana, china, española y peruana.

No obstante existe una marcada tendencia a un nuevo estilo de comida que lleve en sus ingredientes productos típicos del país, estamos hablando de la comida novo andina que se ha convertido en la principal publicidad de productos típicos estigmatizados por los restaurantes turísticos de comida internacional siendo por fin valorados y rescatados estos productos autóctonos y andinos como es el caso del Perú.

Respecto al Perú existe una riqueza sin igual en estos productos por tal motivo la comida peruana tiene características que no existen en ninguna parte del mundo, porque la historia del Perú gira alrededor de la comida, desde sus inicios. Tenemos productos desde ocho mil años que crecieron solos, sino que ya estaban domesticados sumado a esto es una de las más antiguas del mundo, tiene carácter mágico religioso que le da un contenido simbólico cultural. Benavides, G. (2002). También se trata evidentemente de establecer el consumo de alimentos como un hecho cultural o social en donde es posible reconocer actitudes o comportamientos de los distintos grupos, así como las representaciones mentales y culturales frente a la comida; dentro de las razones más importantes del reconocimiento de la gastronomía Peruana como patrimonio Cultural de la Nación es preservar los platos antiguos del Perú, platos respetables con miles de años de historia. Las montañas de los Andes constituyen un ecosistema que incluye territorios de siete países, más de 2 millones de hectáreas con terrenos sobre los 1.500 msnm y cuya región central (Colombia, Ecuador, Perú

y Bolivia) se caracteriza por ser un centro de mega diversidad, con una de las floras más ricas del área neo tropical.

Los productos nativos en cuanto a tubérculos y frutos que existen en el Perú tienen altos contenidos nutritivos para una dieta saludable. Los tubérculos y raíces son fuente de energía y fuente de proteínas como en el caso del Tarwi, Kiwicha, maca, quinua, kañihua como también tenemos los frutos andinos que son fuentes de vitaminas como aguaymanto, tomate de árbol, camu camu, tumbo, papaya de olor.

II. MARCO TEÓRICO.

En la investigación se dio a conocer los productos nativos de la provincia de Huánuco como alternativa para el desarrollo de la comida novo andina, puesto que a la fecha no existen trabajos al respecto y se desconoce el gran potencial de este tipo de productos que podrían constituir una contribución al desarrollo de la actividad turística en Huánuco, debido a que se encuentra dentro de las nuevas tendencias gastronómicas a nivel mundial. Asimismo el trabajo persiguió, orientar la promoción de la nueva gastronomía con los Productos nativos en la elaboración de nuevos platos Huanuqueños inspirados en la comida Novo andina.

Guaman, M. (2006) Los Productos andinos que se expenden y Consumen en el Cantón Riobamba son: mashua, arracacha, oca, amaranto, quinua y cebada. Dentro de ellos la cebada y la quinua son cereales que se encuentran disponibles para el consumo de manera permanente todo el año. El amaranto es difícil conseguirlo. En cuanto a los tubérculos solo el melloco tiene las disponibilidad permanente, la oca se dispone en invierno, la arracacha es difícil d conseguirla, la mashua casi siempre no está disponible; respecto a la comercialización de estos productos Bravo, R. y Andrade, K. (2009) El consumo de galletas con productos andinos es de 3560 paquetes/mes en Arequipa, 5165 en Cuzco y 3751 en Juliaca, mientras que para los chocolates la demanda es 4614 unidades en Arequipa, 5427 en Cuzco y 4213 en Juliaca, la aceptabilidad de los productos es alta de acuerdo a la escala hedónica,

calificando el 32% como "Me gusta mucho", el 65% "Me gusta", el 3% le es indiferente, y no se encontró rechazo alguno a los productos.

La novedad en los platillos, no va a ser condición suficiente, sino que el valor de esta propuesta, debe contar con el consentimiento de los comensales, para entonces crear una tendencia y una preferencia culinaria colectiva, que deberá durar por lo menos un año, aparecerá, crecerá, se mantendrá y después irá en declive, dejando ciertos rasgos en la sociedad para dar paso a la adopción de la siguiente tendencia. (Mejía, L. 2014:32) en la comida Novo andina que utiliza ingredientes andinos prehispánicos con las técnicas más modernas de preparación, surge de la creatividad de los chefs o cocineros peruanos contemporáneos, al inventar exquisitos platos utilizando ingredientes peruanos y extranjeros, sus inicios fue en la década de los años 80, fue creada por el chef Bernardo Roca Rey Miró Quesada en el año 1986 a raíz de un evento gastronómico que se realizó en la Laguna de Huacachina en el departamento de Ica.

La cocina Fusión más que una tendencia es un concepto empleado para definir el resultante de recetas donde se usan ingredientes, especias, condimentos o artes de cocción representativos de diferentes países o culturas. Este tipo de cocina se puede dar espontáneamente por causas derivadas de la inmigración, por colonización, etc. o bien se puede dar por la colaboración entre una comunidad de cocineros en busca de la experimentación o simplemente por ampliar sus conocimientos culinarios. Esta tendencia o concepto comenzó bajo este nombre a mediados de los 70 en Estados Unidos donde la experimentación entre las diversas *culturas culinarias del mundo* dio a la luz muchas combinaciones de gran calidad y que dadas sus múltiples variantes no deja de evolucionar. Por citar algunas de estas combinaciones tenemos la *Cocina Cajún* mezcla de la *cocina tradicional norteamericana y francesa* o la *Tex-Mex* derivada de la *texana y mexicana*.

La agricultura para los pobladores de Huánuco durante la época prehispánica fue la más floreciente porque todos tuvieron parcelas de tierras para cultivar y producir sus

alimentos, en cambio durante la época colonial, inclusive la republicana se caracterizó por la tenencia de grandes latifundios o haciendas, que abarcaron extensas áreas de cultivo cuyos propietarios fueron las instituciones religiosas y familias preferentemente españolas, quienes introdujeron al Perú numerosas plantas del viejo continente como: verduras, menestras, caña de azúcar, vid, cítricos, frutales y otros; también algunas técnicas agrícolas, el asalariado y excesivas ganancias para los hacendados o gamonales; mientras que las comunidades andinas fueron desplazadas sin títulos de propiedad hacia tierras más lejanas, menos fértiles y con pastos de escaso valor alimenticio, quedando postergadas y sin posibilidades de progreso.

La Alimentación, en la Región Huánuco desde la época prehispánica constituye una de las dietas más variadas, balanceadas y óptimas para el ser humano, basadas, principalmente en su producción nativa, que al igual que otras regiones andinas del Perú ha logrado en más de diez mil años elegir, domesticar, cultivar y mejorar numerosas especies de su flora y fauna, consideradas hoy en el mundo indispensables. Tales como: papas, ollucos, maíces, quinua, kiwicha; frutales, verduras; otros vegetales y carnes. Actualmente, los alimentos están dados por los recursos alimentarios que ofrece la región huanuqueña, especialmente por la producción de cada uno de sus pisos ecológicos, clasificados por el doctor Javier Pulgar Vidal en: Yunga, quechua, Suni o Jalca, Puna, RupaRupa o Selva Alta y Omagua o Selva Baja.

El Perú es un país grande y maravilloso, no solo por su belleza, sino por su biodiversidad y riqueza alimentaría. Los alimentos como las raíces y los tubérculos originarios del Perú son ricos en carbohidratos, una energía que nos permite mantener las actividades del día, es importante para la población en general. Entre este grupo se encuentran la papa, el camote, la arracacha, la oca, el olluco y la mashua. Es un tubérculo cuyo centro de origen serían los

Andes del sur del Perú y del Norte de Bolivia, que comprende nueve especies reconocidas y distribuidas en todos los Ande (Zapata, 2006: 514).

III. METODOLOGÍA

El ámbito de estudio para la presente investigación fue la Provincia de Huánuco, se tomó en cuenta todos sus productos nativos potenciales como alternativa de desarrollo para la gastronomía huanuqueña.

Población estuvo constituida por los pobladores de la Ciudad de Huánuco con edades entre los 18 a 55 años. La muestra de estudio ha estado constituida por 200 personas, para tal efecto se aplicó el muestreo aleatorio simple, estimando una muestra de tamaño 200; con un nivel de significancia del 0:05; un error de precisión de 0.06 y una prevalencia favorable a la variable en estudio de 0.75. El tipo de investigación fue descriptiva explicativa; cuantitativa, prospectivo, siendo de corte transversal.

IV. RESULTADOS Y DISCUSION

Por las características de la población se trabajó con dos instrumentos, el primero con una guía de entrevista a la población de la Provincia de Huánuco; el mecanismo que se utilizó para la recolección y registro de datos fueron encuestas, aplicadas a la muestra.

En cuanto al análisis descriptivo de cada una de las variables se tuvo en cuenta las medidas de tendencia central y de dispersión para las variables cuantitativas y de porcentaje para las variables categóricas. En el análisis inferencial de los datos se utilizó las frecuencias con el fin de medir la relación cualitativa entre las variables en estudio. Se tuvo en cuenta un nivel de significación de: $\alpha = 0,05$.

Se plantearon las hipótesis: general: Que los productos nativos de la provincia de Huánuco poseen características potenciales para el desarrollo de la comida Novo andina 2018 y las

específicas: Que la identificación de los productos nativos potenciales de la provincia de Huánuco permitirá desarrollar la comida Novo andina; que la gastronomía actual en la provincia de Huánuco es tradicional por lo que es necesario su diversificación con la introducción de la comida Novo andina; que el consumo actual de los productos nativos de la provincia de Huánuco es solo por la población rural, por lo que es necesario una mayor promoción y difusión como alternativa de desarrollo del turismo; que la identificación de los Productos nativos de la Provincia de Huánuco y el uso y consumo de ellos deben estar promocionadas con las nuevas tendencias gastronómicas año 2018.

En las tablas siguientes se observa el comportamiento de los ítems considerados en el estudio.

TABLA N° 1
Grado de instrucción

| DESCRIPCION | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|---------------|
| Primaria | 35 | 17.5% |
| Secundaria | 40 | 20. % |
| Superior | 125 | 62.5% |
| Total | 200 | 100,00 |

La encuesta fue aplicada a la muestra, de acuerdo al siguiente detalle: el 17.5% son de instrucción primaria el 20% secundaria y el 62.5% superior.

TABLA N°2
Productos nativos que más conoce

| CONCEPTO | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|----------|----------|------------|
|----------|----------|------------|

| | | |
|-------------------------------|------------|---------------|
| Oca, tarwi, amaranto y mashua | 90 | 45% |
| Cushuro arracacha y tumbo | 80 | 40% |
| Kishu y gongapa | 20 | 10% |
| Cayota | 10 | 5% |
| Total | 200 | 100,00 |

FUENTE : Elaboración investigadores.

Los resultados que se muestran en la Cuadro N° 02, respecto a los productos nativos que más conoce arrojan los siguientes resultados: el 45% conocen oca, tarwi y amaranto debido a sus propiedades nutritivas, por lo económico que es y la variedad de guisos que se pueden preparar con ellos; el 40% se inclina por el cushuro, arracacha y tumbo por razones similares a la primera alternativa, el 20% se inclina por kishu y gongapa y el 10% por cayote porcentajes que no son significativos; no obstante son productos nativos con las mismas propiedades alimenticias de los mencionados anteriormente.

TABLA N°3

PRODUCTOS MÁS CONSUMIDOS DE ACUERDO AL CUADRO 1

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------|------------|---------------|
| Tarwi, amaranto y oca | 118 | 59% |
| Mashua, tumbo y arracacha | 60 | 30% |
| Cushuro, gongapa y cayota | 22 | 11% |
| Total | 200 | 100,00 |

FUENTE : Elaboración investigadores.

De acuerdo a los resultados tenemos que el 59% indica que consume más el tarwi, tumbo y oca en razón de que son los más comercializados y marqueteados en el mercado, el 30% refiere la mashua, tumbo y arracacha productos que no son muy consumidos a causa de que no están conscientes de sus propiedades nutritivas y no saben cuál es el método de la preparación, finalmente el 11% manifiesta que no consume el cushuro, gongapa y cayota debido a que su venta es por temporadas y tampoco saben cómo prepararlo.

TABLA N°4

LUGAR DONDE COMPRA LOS PRODUCTOS

| DESCRIPCION | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|------------|---------------|
| Mercados | 40 | 20 % |
| Ferias sabatina | 115 | 57.5% |
| Minimarket | 25 | 12.5% |
| Bodegas | 20 | 10 % |
| Total | 200 | 100,00 |

FUENTE : Elaboración investigadores.

Los resultados obtenidos la mayor parte de los encuestados 57.5% manifestaron que el lugar de adquisición de los productos es en la feria sabatina porque los campesinos expenden sus productos de sus cosechas a precios módicos y no así en los mercados, minimarket, y bodegas con el 40%, 25% y 20%, por las razones de precio y que no tienen todos los productos y es solamente por temporadas.

TABLA N°5

USO Y PREPARACIÓN DE LOS PRODUCTOS NATIVOS

| DESCRIPCION | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------|------------|------------|
| Guisos | 87 | 43.5% |

| | | |
|--------------|------------|---------------|
| Sopa | 80 | 40 % |
| Dulces | 20 | 10 % |
| Cocteles | 13 | 6.5 % |
| Total | 200 | 100,00 |

FUENTE : Elaboración investigadores.

El 43% consumen en guisos porque es la técnica más usada en preparación porque existe una variedad de presentaciones, en el caso de sopas 40% para las épocas de invierno y para la cena como costumbre huanuqueña, prefieren algo caliente, el 10% lo consumen en dulces que está en proceso de experimentación, al igual que los cocteles 6.5%.

TABLA N°6

Lugares donde se preparan los productos nativos

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 30 | 15% |
| No | 170 | 85% |
| Total | 200 | 100,00 |

FUENTE : Elaboración investigadores.

Mayoritariamente los encuestados respondieron que no conocían lugares donde se expendía comida en base a productos nativos porque no existen ningún establecimiento de comida que incluyan en su menú el uso de productos nativos, el 15% manifiesta que, si tienen conocimiento de lugares donde se preparan los productos nativos, sin embargo, no garantiza la seguridad de las comidas elaboradas en base a los productos nativos.

TABLA N°7

Grado de disposición para consumo de productos nativos

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|--------------|
| Si | 190 | 95% |
| No | 10 | 5% |
| Total | 32 | 100.0 |

FUENTE : Elaboración investigadores.

Las personas encuestadas manifestaron que un 95% están en condiciones de probar nuevos potajes en base a los productos nativos gracias a las tendencias gastronómicas que existen, como la comida saludable y nutritiva, y el 5% manifestaron que no consumirían nuevos potajes porque no le gusta experimentar y nunca probaron dichos productos,

V.CONCLUSIONES

Los productos nativos potenciales de la provincia de Huánuco son el amaranto, la oca, el tarwi debido a que son los más comercializados y conocidos en el mercado por sus bondades alimenticias y nutricionales, asimismo su utilización en los restaurantes turísticos del Perú y por estar dentro de las tendencias del mercado gastronómico internacional y nacional. De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, los habitantes de Huánuco mantienen un creciente interés por la comida en base a productos nativos de la región, intereses que se ajustan a la preferencia de la demanda internacional.

Se debe revalorar el aporte nutritivo de los alimentos nativos, en tal sentido es necesario la inclusión de los mismos en los menús de los restaurantes con la finalidad de dar a conocer el potencial gastronómico de la provincia.

Referencias bibliográficas:

- Alvarado, U. y Blasco, T. (2008) *Alimentos bromatología*. Segunda Edición. Lima – Perú.
- Blanco, T. (2016) *Alimentos nativos del Perú al mundo*. Universidad San Ignacio de Loyola. Editorial USIL. Lima – Perú.
- Benavides, G. (2002). *Alimentación y Gastronomía: II Coloquio internacional de gastronomía patrimonio y turismo*. Universidad San Martín de Porres. Lima-Perú.
- Bonifaz, L. (2007). *Estudio nutricional del chocho. Sanitación, Innovación y propuesta*. Universidad Tecnológica Equinoccial. Facultad de Posgrado.
- Collazos, C. (2013). *La composición de los alimentos de mayor consumo en el Perú (9ª ed)*. Lima: Ministerio del Perú.
- Collazos, C (1996). *Tablas Peruanas de composición de alimentos (7 a ed.)*. Lima: Ministerio de salud, instituto Nacional de salud, centro Nacional de alimentación nutricional del Perú
- Enciclopedia Océano (2013). *Variedad de la flora Peruana*.
- Millán, M.G., Hernández, R., & Navajas, V. (2016). The study of gastronomic tourism in Cordoba and the association of the cuisine. An econometric analysis. *Tourism and hospitality management*, 22 (2), 173-191
- Pulgar, V. (1981). *Geografía del Perú, las ocho regiones naturales del Perú*. Lima-Perú.
- Revista Agronotivias. (2013, 20 de abril). Los andenes ó pata pata una solución ancestral para nuestros problemas de hoy.
- Robinson. D. (1991). *Bioquímica y valor nutritivo de los alimentos*. Zaragoza: Editorial Acribia
- Tapia, E. (1993). *Semillas Andinas: El banco de oro*. Concytec. Primera edición. A&B S.A. Lima – Perú.
- Torres, R.C. (1984). *Estudio nutricional de la maca (Lepidum meyeri Walp) y su aplicación en la elaboración de una bebida base (Tesis de doctorado)* Lima: Universidad Nacional Agraria La Molina.
- Universidad San Martín de Porres (2005). *Desde los andes al mundo, saber y saber: Primer Congreso para la preservación y difusión de las cocinas regionales de los países andinos*. Escuela Profesional de Turismo y Hotelería Lima-Perú.

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol. 2, nº 3, pp. 213-226. Mori M.; Rojas A.; Contreras A. “The native products of the province of Huánuco as an alternative for the development of Novo Andina 2018.”

Weoerbauer, A. (2002), Enciclopedia temática del Perú, la flora Peruana, Tomo II, Capítulo III: Fitogeografía de los Andes Peruanos. Editorial Mia Batres.

Wus, W (2003). Guía de especies de la flora y la fauna silvestres, En: W. Wust (Ed). Santuarios Naturales del Perú.

Zapata, S. (2006) *Diccionario de la gastronomía peruana tradicional*. Universidad San Martín de Porres. Primera edición. Editorial Fimart S.AC. Lima – Perú.