

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. Introducción al Estudio de Caso	1
1.1. Introducción.	1
1.2. Antecedentes.....	3
1.3. Objetivo General.....	5
1.4. Objetivos Específicos	5
1.5. Metodología	5
CAPITULO II. Marco Conceptual.....	7
2.1. Políticas de Promoción del País en el Exterior	7
2.1.1. Concepto de Marca (brand).....	7
2.1.2. Concepto de Branding	9
2.1.3. Marca País (Country Brand)	10
2.1.4. Marca Perú.....	14
2.2. Gastronomía Peruana	14
2.2.1. Descripción del Sector Gastronómico	14
2.2.2. Clúster y Gastronomía.....	16
2.2.3. Derecho de Propiedad Intelectual	19
2.2.5 Análisis de la Oferta en el Mercado Gastronómica	30
2.3. Políticas Públicas	32
2.3.1. Política y Políticas Públicas	32
2.3.2. El Ciclo de las Políticas Públicas.....	35
2.3.3. Implementación de Políticas Públicas	37
2.3.4. Políticas Públicas en la Gastronomía Peruana	38
2.3.5. Propuestas de Políticas Públicas en la Gastronomía Peruana.....	40
CAPITULO III. Análisis de la Implementación de Políticas Públicas	43
3.1. Análisis de Implementación de Política Públicas en la Gastronomía Peruana	43
3.1.1. Propuesta de Plan de Implementación	43
CAPITULO IV. Conclusiones y Recomendaciones	51
Anacrónimos y abreviaciones.....	53
Bibliografía	54
Anexo - A.....	58

Índice de Tablas

Tabla 1. Criterios de Elección Documentaria	6
Tabla 2. Variación del PBI en Perú	21
Tabla 3. Ciclo de las Políticas Públicas (según JONES 1970)	36
Tabla 4. Plan de Implementación de Políticas públicas en la promoción de la gastronomía peruana	47
Tabla 5. Plan de Monitoreo y Evaluación de Políticas públicas en la promoción de la Gastronomía Peruana	49

Índice de Figuras

Figura 1. Marca Perú.....	14
Figura 2. Esquema relacional de la Gastronomía Peruana	15
Figura 3. Cadenas Productivas de Alimentos	18
Figura 4. Modelo de la Cadena de Valor.....	18
Figura 5. Motivos para estar orgulloso a nivel nacional 2012	21
Figura 6. Lo que más gusta de Lima a los limeños	22
Figura 7. Tipos de comida preferidos a nivel nacional	22
Figura 8. Platos que más gustan a los peruanos.	23
Figura 9. ¿Qué hacen los peruanos en su tiempo libre?.....	23
Figura 10. ¿Cuándo están fuera de casa los peruanos asisten a qué tipo de restaurantes?.....	24
Figura 11. Distribución del Gasto Familiar peruano en la Canasta Básica Familiar.....	24
Figura 12. Evolución de las Franquicias en el Perú.	27
Figura 13. Franquicias Peruanas en el Mundo.	27
Figura 14. Países donde existen más restaurantes peruanos reconocidos por PROMPERU son:	28
Figura 15. Etapas del Ciclo de las Políticas Públicas.....	37
Figura 16. Actores del Ciclo de las Políticas Públicas.....	38

Anexos

Anexo - A. Objetivos específicos, acciones y Metas de los Lineamientos para un Programa de Desarrollo de la Gastronomía Peruana en el marco del Plan Bicentenario	58
---	----