**PROPUESTA DE MEJORA NUTRICIONAL MENÚS TÍPICOS DE LA REGIÓN ANTIOQUEÑA**

Mauricio Acosta Zapata

**UNIVERSIDAD DE SAN MATEO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA PROFESIONAL EN GASTRONOMÍA**

**BOGOTÁ 2018**

**Conclusiones encontradas en la investigación hecha en la unidad 1**

* El consumo de alimentos manifiesta múltiples factores alimenticios en nuestro organismo, a la vez que éstos reflejan la situación nutricional característica de un individuo.
* La alimentación implica de manera intrínseca ventajas y desventajas al consumir diferentes tipos de productos.
* En la región Antioqueña se enfrenta una transición nutricional en la que persisten los problemas de desnutrición mientras aumenta el problema de sobrepeso y obesidad en la población, partiendo principalmente de causas como el poder adquisitivo y hábitos de consumo.
* El valor nutricional y calórico de los menús consumidos en la región antioqueña es bastante alto, generando un aporte hipercalórico al consumidor.
* La cocina tradicional merece respeto, es nuestro patrimonio gastronómico, narra nuestra historia y hace parte de nuestra identidad
* Lo más importante al consumir comida típica antioqueña seria la cantidad de la ración a ingerir.
* Es indispensable que la fuente de alimentación sea adecuada y que el consumo no sea ni deficiente ni excesivo, es decir tiene que haber un equilibrio.

**Propuesta de mejora nutricional de la oferta de menús en un restaurante de su región.**

La presente es una propuesta para la mejora de recetas o menús de la cocina tradicional de Antioquia en establecimientos gastronómicos , la cual se basa en respetar y salvaguardar la tradición culinaria, con cambios asía una alimentación más sana en las principales preparaciones de dicha región, en dicho proceso, sería muy importante la participación de la comunidad que consume como la portadora de dicho saber o la que la prepara los alimentos para establecer los pasos de elaboración del menú, como la evaluación de la receta y de los valores nutricionales asociados a ésta.

Seria de mucha utilidad crear un "Recetario con preparaciones de la cocina típica antioqueña modificadas para una mejora en la salud y la nutrición de los comensales, que aporte a la prevención de enfermedades que puedan estar asociadas a la mala alimentación, los hábitos alimentarios se forman desde etapas tempranas de la vida, e incluyen todos aquellos comportamientos repetidos que los individuos realizan de forma automática. En la formación del gusto o patrón alimentarlo los conocimientos, actitudes y prácticas relacionadas con la selección, preparación y consumo de alimentos, se conjugan y se establecen en acciones a nivel individual y grupal, y son el reflejo del estilo de alimentación de los pueblos, generalmente, los cambios en el patrón alimentario se presentan de forma gradual, ocasionados la mayoría de las veces por influencias externas entre estas  el impacto de la políticas económicas y la globalización en la producción y la disponibilidad de alimentos, las recomendaciones en materia de salud y las modificaciones en la dieta por presencia de una enfermedad, son algunas de las situaciones que podrían impactar en la adquisición, selección y consumo de los alimentos por parte de un individuo o grupo social, consecuentemente a esto la preparación de los alimentos se basa en elementos socioeconómicos, culturales, tradiciones y costumbres, heredadas de generación en generación; la alimentación se considera como una de las principales actividades humanas que se realizan todos los días, en la cual los individuos toman diversas decisiones y llevan a la práctica acciones con trascendencia social.

La preparación de alimentos es una actividad cotidiana, involucra por sí sola varios procedimientos y toma de decisiones, para los cuales las personas deberían contar con información sencilla, clara y ajustada a la realidad, es necesario investigar más acerca de las alternativas de mejoramiento nutricional, ya sea por modificación de la técnica culinaria o de los tipos y cantidad de ingredientes, así como determinar el grado en que la persona está dispuesta a realizar cambios para tener una dieta más saludable.

La propuesta se basa en respetar y salvaguardar la tradición culinaria, pero introduce cambios en los ingredientes o técnica de preparación, con el fin de mejorar las características nutricionales de los platillos comunes en la región antioqueña, sin modificar en gran medida las características sensoriales de estos.

Algunas de las estrategias sugeridas para la modificación de las recetas sin alterar significativamente los ingredientes base de las preparaciones serian la disminución en las cantidades de alimentos fuentes de grasas y colesterol, además de las recetas sería importante información acerca de los nutrientes, implementación de métodos de cocción más saludables, consejos prácticos para la selección de alimentos y un apartado de información nutricional por porción de cada una de las recetas.

Es de vital importancia identificar en la comunidad las formas de preparación de aquellos alimentos que están presentes con una alta frecuencia en el plato tradicional, Entre la información más importante figura: los tipos de ingredientes, base y las cantidades estimadas para ser utilizadas en la elaboración de los platillos; los ingredientes sustitutos de mayor disponibilidad a nivel local; las técnicas culinarias seguidas para la preparación de los alimentos, así como los saborizantes comúnmente usados para condimentar las comidas.

Otro aspecto de interés son las recomendaciones para acompañar la preparación con otros alimentos y las ocasiones especiales en las cuales se preparan estos.

El proceso para la propuesta seria

1. **Análisis del valor nutricional de los menús de la región antioqueña**
2. **Propuesta de mejora y modificación de las recetas culinarias**
3. **Estandarización de las recetas culinarias**
4. **Evaluación sensorial de las preparaciones por parte de los comensales**
5. **Ajustes a la técnica culinaria y formato de las recetas**
6. **Reproducción de las recetas en establecimientos gastronómicos**

**Cómo  puede dicho restaurante mejorar su oferta gastronómica desde el  replanteamiento de sus menús**

La oferta gastronómica es uno de los factores clave en la identidad del restaurante. Es fundamental en la definición del tipo de restaurante, su posicionamiento en el mercado, el tipo de clientes y la capacidad de generar ventas, siendo sostenible a mediano largo plazo es por esto que se establecerá un menú con características nutricionales reales donde el comensal sea consiente del tipo de alimento que consume y de la porción que esta ingiriendo además se le dé a conocer los métodos de cocción implementados y el origen de sus productos.

La primera reflexión es como producir comida tradicional más sana y que conserve su identidad gastronómica y cultural. El primer tema a trabajar, y el más importante, es conocer las necesidades actuales de los cliente (ya sean nuestros clientes potenciales o no). Y para ello hay que analizar la competencia, las tendencias de mercado y las ventas actuales de nuestro restaurante esto nos llevara determinar La mejor oferta gastronómica desde una perspectiva saludable que siempre deberá de producirse con el mismo nivel de calidad y consistencia.

Es de mucha importancia que el personal de mi equipo de cocina tenga los conocimientos y destrezas para producir la oferta idealizada.

**Espacio físico y equipos adecuados**

El espacio deberá permitir producir un servicio de alimentación de manera lógica, fluida e eficiente. Por ello el tipo y la capacidad de los equipos tienen que permitir la realización de todas las operaciones necesarias. Dichos equipos deberán permitir una producción adecuada a las horas pico de ventas en este establecimiento.

Generar una oferta gastronómica acorde a los equipos con los que se cuenten que permitan una utilización equilibrada de todos los equipos de producción disponibles sin sobrecargar uno en particular.

**Disponibilidad y consistencia de los ingredientes**

Tener disponibilidad y fácil acceso a los ingredientes necesarios de la oferta gastronómica con el fin de garantizar un buen servicio.

Estrategia de precios y posicionamiento del nuevo concepto.

* Cuál es el precio de la competencia para un menú tradicional o parecido
* ¿Cuál es costo del producto?
* ¿Cuál es la incidencia de costos laborales en la producción del producto
* ¿Qué costos indirectos se generan
* ¿Qué margen de rentabilidad se espera para el producto

**El valor nutricional**

Vivinos en la actualidad una creciente preocupación por el tema nutricional en los últimos años. Hoy es impensable no tenerlo en cuenta a la hora de definir la oferta, sobre todo en determinados conceptos dónde el cliente esté muy preocupado con la nutrición. La mejora del perfil nutricional de la oferta gastronómica se puede trabajar en dos dimensiones:

* Oferta de productos más sanos – Pescado, carnes con bajo contenido en grasa, legumbres, vegetales, grasas mono y poli insaturadas, potencializar el aceite de sacha inchi entre otros.
* Utilización de métodos culinarios sanos – Destacar la producción a la parrilla/plancha con bajo contenido de grasa, o productos cocidos al vapor y asados con poca grasa.

Asimismo la reducción del contenido de sal añadido es otras de las preocupaciones nutricionales, El uso de hierbas aromáticas y especias es una buena estrategia para lograr una reducción efectiva del contenido de sal. Asimismo la cocción al vacío, es también una estrategia muy eficaz en la reducción de contenido de sal.

**Anexo**

**Artículo del ISGEG  Instituto Superior de Gestión y Gastronomía.**[**www.isgeg.org**](http://www.isgeg.org/)

**Este contenido es parte del curso de PRODUCCIÓN EN RESTAURACIÓN Y DISEÑO DE EQUIPAMIENTOS DE COCINA**

En 2016 la gente se quiere cuidar más que nunca y comer de forma saludable. Una tendencia evidente en el sector de la restauración, donde **montar un restaurante con una filosofía más “green” está pasando a ser una necesidad**; pues los comensales ahora prefieren:

* **Menos cantidad de azúcar refinada.**Un 64% [de los consumidores](http://gastronomiaycia.republica.com/2015/12/02/los-consumidores-europeos-estan-reduciendo-el-consumo-de-azucar/) en Italia han reducido su ingesta, en España el 63% y en Francia el 59%.
* **Productos naturales, sin aditivos o poco procesados.** Los consumidores están más atentos a la composición de los alimentos que compran.
* **Productos frescos y de proximidad.**La gente quiere saber el origen de los ingredientes. Mientras más cerca esté el proveedor, mejor.
* **Menos proteína animal y más vegetal.**La mejor hamburguesa del 2015, es una [receta vegana](http://metro.co.uk/2015/11/11/the-best-burger-in-the-world-has-been-announced-and-it-has-no-meat-in-it-5493619/).
* **Preferencia por establecimientos ecológicos.**Son mejor acogidos los restaurantes que se preocupan por el medio ambiente y tienen políticas de reciclaje.

Esto se hizo evidente en una [encuesta](http://blog.thefork.com/es/balance-2015-2/) realizada por ElTenedor a finales de 2015, la cual reveló, un incremento en las reservas de restaurantes saludables.

En el [Informe global de tendencias en comida y bebidas 2016](http://gastronomiaycia.republica.com/wp-content/uploads/2015/10/informe_mintel.pdf), realizado por la empresa Mintel, aseguran que **la gente está cambiando su forma de relacionarse con los alimentos** y que “Los desastres naturales, los medios de comunicación y la conectividad están influyendo en los hábitos de comidas y bebidas en todo el mundo como nunca antes”.

Entonces si el mundo cambia… el restaurante se adapta.

*[](https://www.theforkmanager.com/wp-content/uploads/2016/03/eltenedor-montar-restaurante-saludable-erika-silva.png)*“La gente se mueve por intereses, y el restaurante debe preocuparse por esto. Tiene que tener este tipo de productos porque la gente lo va a demandar. Siendo importante que se resalte en la web, en la carta, y lo transmitan los camareros”. Comenta [Érika Silva](http://marketingastronomico.com/), experta en marketing gastronómico, para quien **la moda de montar un restaurante saludable ha venido para quedarse.**

Otro factor que ha influido, especialmente en Europa, es el aumento en las cifras de alérgicos en el continente, y la aprobación de la [ley de alérgenos](https://www.theforkmanager.com/es/blog/como-gestionar-la-informacion-de-alergenos-en-tu-restaurante/) en 2014, que exige a los negocios informar al comensal de todas las sustancias presentes en sus platos y por supuesto tener un mayor cuidado de lo que se cocina. A raíz de esto, los restaurantes han comenzando a ofrecer  alternativas [sin gluten](https://www.theforkmanager.com/es/blog/programa-menu-sin-gluten-para-restaurante-aumenta-tus-ventas/) y sin [carnes procesadas](https://www.theforkmanager.com/es/blog/como-montar-una-oferta-saludable-carne-restaurante/), como parte de sus estrategias de ventas con esta clientela que necesita cuidar su alimentación.

## ****Montar un restaurante saludable****

Son muchos los negocios de este estilo que hoy tienen éxito. Básicamente, han llevado la cocina tradicional a otro nivel, incorporando ingredientes, técnicas y una cultura empresarial más ecológica. Hoy es importante satisfacer a los comensales no sólo en el paladar sino también en su estilo de vida. Sin duda, ellos lo logran:

## Stedsans en Copenhague

[](https://www.theforkmanager.com/wp-content/uploads/2016/03/eltenedor-montar-restaurante-saludable-stedsans.png)

Todo un ejemplo de[restaurante sostenible](http://www.cleansimplelocal.com/). El local está en una azotea de 600 m2 rodeado de un gran huerto urbano. La comunidad pide los productos que desea consumir, en el Stedsans **los cosechan y los convierten en su oferta gastronómica**. Simple, colaborativo y sustentable. Una estrategia de marketing y una filosofía de empresa, dirigida a satisfacer las necesidades de sus principales clientes.

## Flax and Kale en Barcelona

*[](https://www.theforkmanager.com/wp-content/uploads/2016/03/eltenedor-montar-restaurante-saludable-flakes-and-kale.png)*

“Queremos alimentarte mejor, para que seas más feliz y logres vivir más años con una salud de hierro”, ni más ni menos es lo que promete este restaurante en su [web](http://teresacarles.com/fk/). Teresa Carles es su creadora, pionera en la cocina vegetal en España desde 1979. En su oferta culinaria cuida principalmente **la calidad de los ingredientes y los nutrientes que aportan**, creando el concepto de cocina flexiteriana, con 80% de productos de origen vegetal y 20% de pescado azul. Contrastado con un local súper moderno.

## L’Arpège en París

[](https://www.theforkmanager.com/wp-content/uploads/2016/03/eltenedor-montar-restaurante-saludable-larpege.png)

Es un [restaurante de alta cocina](http://www.alain-passard.com/) cuya especialidad son las verduras, de allí que ofrece sólo productos ecológicos y de temporada, **cultivados en sus propios huertos**. Su propietario, es el reconocido chef 3 estrellas Michelin, Alain Passard. Su profunda pasión y respeto por la naturaleza lo llevó a montar un restaurante bio y convertirlo en uno de los más emblemáticos de París. Su jardinero principal, explica el proceso en este [vídeo](http://www.dailymotion.com/video/x17dpho_potager-sarthois-alain-passard_lifestyle).

## Sweetgreen en USA

[](https://www.theforkmanager.com/wp-content/uploads/2016/03/eltenedor-montar-restaurante-saludable-sweetgreen.png)

Tres universitarios, tenían una necesidad: **Comida rápida saludable.** Como en el mercado no existía, decidieron montar un restaurante a su medida. Hoy, son dueños de una empresa multimillonaria que desarrolla un [nuevo modelo de negocio](http://fortune.com/2016/02/18/sweetgreen-entrepreneurs/) de comida rápida, fresca y orgánica. También organizan festivales de música donde participan más de 25 mil personas, y charlas en escuelas locales hablando de alimentación sana. Más que una cadena de restaurantes, es una “[Lifestyle Company](http://sweetgreen.com/" \t "_blank)”.

Incluso en [Ikea](https://www.today.com/food/ikea-now-offers-vegan-meatballs-3-ways-you-can-make-t14431" \t "_blank), donde descubrieron que sus clientes pasaban gran parte del tiempo en sus cafeterías, también han tenido que adaptarse y **ofrecer una versión vegetal de sus afamadas albóndigas.**

Podríamos afirmar entonces que montar un restaurante de comida sana es hoy un negocio rentable y con una perspectiva de crecimiento a largo plazo. La gente pide lugares donde comer mejor y **el sector ofrece cada vez más opciones**. ¿Es tu restaurante una de ellas?