

Evaluación de la Gastronomía Colombiana como factor potencial de turismo



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

FONDO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
C O L  M B I A

Alicia Mejía Escobar
Coordinadora general del proyecto

Carlos Rojas Arias
Gerente Pigmalion

Paulo Ochoa Restrepo
Director Investigación

Investigadores:
Eduardo Cárdenas Echeverri
Erika Sierra Arias
Melissa Henao Alzate
Joaquín Castro Posada

www.pigmalion.com.co
contacto@pigmalion.com.co

Medellín . Colombia
Noviembre de 2009

Contenido

Introducción

Objetivo

Ficha técnica

Indicaciones previas

| | |
|---|------------|
| CAPITULO I: UNA MIRADA A LA GASTRONOMÍA DE LAS REGIONES | 12 |
| • Los productos que se destacan | |
| • El aporte a la gastronomía colombiana | |
| • Región Caribe | 15 |
| • Región Antioquia y Eje Cafetero | 22 |
| • Región Suroccidente y Pacífico | 29 |
| • Región Santanderes | 35 |
| • Región Cundiboyacense | 40 |
| • Región Huila y Tolima | 46 |
| • Región San Andrés y Providencia | 51 |
| • Región Amazonía y Orinoquía | 56 |
| | |
| CAPITULO II: PRODUCTOS GASTRONÓMICOS | 61 |
| 1. Ingredientes | 64 |
| 2. Platos colombianos | 85 |
| 3. “Entre comidas” | 117 |
| 4. Dulces | 129 |
| 5. Bebidas | 136 |
| 6. Licores | 143 |
| | |
| CAPITULO III: IDENTIDAD Y VALORACIÓN DE LA COCINA COLOMBIANA | 153 |
| 1. Cómo se caracteriza nuestra cocina | 155 |
| 2. Evaluación de nuestra cocina | 164 |
| 3. “Los platos que representan al país” | 171 |
| 4. Rituales en la preparación y el consumo | 180 |
| 5. Una reflexión sobre la identidad desde lo gastronómico | 188 |
| 6. Tradición vs. nuevas propuestas | 195 |
| | |
| CAPITULO IV: LOS RESTAURANTES Y SITIOS DE COMIDA | 205 |
| 1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana | 207 |
| 2. La carencia de restaurantes con un carácter más “nacional” | 219 |
| 3. Lo que rodea la experiencia gastronómica | 224 |
| 4. La oferta gastronómica nacional e internacional | 237 |



Contenido

| | |
|--|------------|
| CAPITULO V: OTROS ACTORES EN LA GASTRONOMÍA | 249 |
| 1. Los medios..... | 251 |
| 2. Instituciones académicas | 257 |
| 3. Unidad del sector: el lugar de las agremiaciones | 266 |
| 4. Gobierno | 271 |
| 5. Ferias gastronómicas y eventos | 276 |
| 6. Chefs (cocineros) | 281 |
| 7. Investigadores | 285 |
| | |
| CAPITULO VI: OTRAS CONSIDERACIONES SOBRE LOS TURISTAS | 288 |
| 1. Perfiles del turista frente a la gastronomía colombiana..... | 290 |
| 2. Qué conocían y qué esperaban | 298 |
| 3. Criterios para elegir la comida..... | 301 |
| | |
| CAPITULO VII: LUGAR Y OPORTUNIDADES DE LA GASTRONOMÍA COLOMBIANA | 307 |
| 1.Cuál es el estado de la gastronomía colombiana en la actualidad | 309 |
| 2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo. | 315 |
| 3. Oportunidades y propuestas que permiten avanzar en el desarrollo de la gastronomía colombiana..... | 326 |



Introducción

Partiendo de la necesidad de reconocer la gastronomía colombiana como elemento fundamental para potenciar el turismo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo –a través del Viceministerio de Turismo- y el Fondo de Promoción Turística de Colombia, proponen un diagnóstico para analizar ampliamente las limitaciones y las posibilidades del sector.

De este modo, se emprende este proyecto de investigación -de carácter cualitativo- buscando entender cuál es el estado actual de la gastronomía y su lugar frente a la demanda turística del país. Esta evaluación supone un amplio recorrido: desde definir y analizar los principales productos gastronómicos hasta entender el papel que está cumpliendo cada uno de los actores protagónicos del sector.

Para lograr este propósito, se recogieron las percepciones y opiniones de un amplio grupo de expertos y protagonistas de la gastronomía del país: chefs, restauradores, investigadores y líderes de entidades e instituciones involucradas con el tema de gastronomía.

Para completar el panorama, se investigó con diferentes perfiles de turistas para conocer la óptica de la demanda. El trabajo de campo de la investigación fue realizado entre los meses de julio, agosto y septiembre de 2009 y, posteriormente, fue sometido a un análisis profundo para construir el informe de resultados que acá presentamos.

El siguiente es el recorrido temático del presente informe:

Los dos primeros capítulos, en los que se le da una mirada a las cocinas de las regiones y se examinan los productos gastronómicos colombianos, tienen un carácter más contextual para sustentar el análisis de los capítulos siguientes, que son más valorativos y propositivos.

En el capítulo III se mira qué caracteriza e identifica la cocina colombiana y se analizan las virtudes y dificultades de la misma. Aquí mismo se hace el ejercicio de buscar los platos o los productos que nos representen; también hay un análisis de algunos rituales que nos representan, y finalmente se reflexiona sobre nuestra falta de sentido de pertenencia, que también se transmite a lo gastronómico.

Más adelante, en el capítulo que sigue, se plantea una reflexión sobre el problema de la identidad en el país y sus implicaciones en la cultura gastronómica, para cerrar con el debate entre los defensores de la tradición y los de las nuevas propuestas como dos posibles caminos para el desarrollo gastronómico del país.



Introducción

En el capítulo IV, se analizan los diferentes tipos de restaurantes que ofrecen comida colombiana y se exploran los diferentes elementos que rodean la experiencia gastronómica en estos sitios, tales como la decoración, la mesa, el servicio y la vajilla. También se da una mirada breve a lo que está pasando con la oferta gastronómica de cocina colombiana en las principales ciudades del país.

En el siguiente capítulo, se examina el papel de diferentes actores del sector que son claves en la búsqueda de un desarrollo gastronómico con miras al turismo, desde los medios de comunicación y la crítica gastronómica hasta los chefs y portadores de tradición.

En el capítulo VI, se habla de la relación de los turistas con nuestra gastronomía y, con todos los elementos anteriores, en el capítulo final, se determinan las mayores fortalezas y debilidades de la gastronomía colombiana para determinar el lugar real que tiene frente al turismo. Se advierte sobre la necesidad de liderar en el sector un trabajo inmediato para comenzar el largo proceso de buscar un lugar mucho más destacado para nuestra gastronomía.

De esa forma, se señala finalmente un conjunto de oportunidades y propuestas que ayudan a direccionar el camino para consolidar la gastronomía colombiana como un elemento importante en el turismo.

De este modo esperamos ayudar a encontrar caminos para que nuestra gastronomía alcance un lugar de mayor reconocimiento.

Objetivo general

Evaluar la gastronomía colombiana como elemento fundamental para potenciar el turismo.



Consideraciones Previas

Para la comprensión del informe, es importante hacer algunas anotaciones:

- ◆ En el análisis de los temas no se pretende hacer un inventario exhaustivo de todos los productos, ingredientes, platos o lugares de la gastronomía colombiana, pues esto sería inabarcable. En este sentido se acudirá a destacar aquellos productos o elementos que sean fundamentales para potenciar la gastronomía nacional y que además tengan posibilidades para el desarrollo del turismo.
- ◆ Como se explica en la muestra se abordaron 10 tipos de expertos, 3 perfiles de turistas internacionales y turistas nacionales.
- ◆ El informe consolida el análisis por temas (no por públicos). En cada tema se diferencié la opinión de los expertos y los turistas, sumando obviamente nuestras observaciones y análisis, agregando en un recuadro distintivo lo que se ve desde la óptica de los turistas internacionales.



Ficha técnica

Muestra



EXPERTOS

Personas asociadas al sector gastronómico colombiano provenientes de diferentes sectores, tales como:

- Restauradores
- Chefs
- Investigadores y académicos
- Directores de gremios
- Personas del gobierno
- Instituciones de formación en gastronomía
- Medios de comunicación, editoriales y líderes de opinión
- Hoteleros
- Agencias de viaje
- Organizadores de ferias y eventos



TURISTAS INTERNACIONALES

Turistas provenientes principalmente de los Estados Unidos, la Unión Europea y Centro y Sur América. Este público objetivo a su vez se dividió en tres grupos:

- Turismo vacacional y familiar
- Turismo “mochilero”
- Turismo empresarial y de negocios



TURISTAS NACIONALES

Personas de estrato 4, 5 y 6, con experiencias gastronómicas a partir de sus viajes por diferentes zonas del país.

Ciudades



Bogotá



Medellín



Barranquilla



Cartagena



Eje Cafetero (Armenia, Pereira y Manizales)



San Andrés

Ficha técnica

Distribución de la Muestra

| Target | Bogotá | Med. | Cali | Bquilla | C/gena | Eje Cafetero | San Andrés | TOTAL |
|--|--------|------|------|---------|--------|--------------|------------|------------|
| Expertos ENTREVISTAS | 30 | 26 | 9 | 8 | 19 | 7 | 8 | 107 |
| Turistas internacional: vacacional y mochilero TRIADAS | 7 | 6 | 4 | 2 | 6 | 3 | 7 | 35 |
| Turistas internacional de negocios, ferias y eventos ACERCAMIENTOS | 15 | 20 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 56 |
| Turistas nacionales SESIONES DE GRUPO | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 6 |

Metodología

| Público Objetivo | Herramienta Metodológica |
|---|--|
| Expertos | Entrevistas etnográficas |
| Turismo Internacional: Vacacional y familiar / "Mochileros" | Triadas outdoor |
| Turismo Internacional Empresariales y de negocios | Acercamientos y entrevistas en eventos |
| Turismo nacional | Sesiones de grupo |

Ficha técnica

Metodología

A continuación se hace una breve descripción de las cuatro metodologías empleadas:



ENTREVISTAS ETNOGRÁFICAS

Metodología usada para abordar los temas de interés de una manera profunda y tranquila, mediante una entrevista con una duración aproximada de 1 a 2 horas.



TRIADAS OUTDOOR

Reuniones con un grupo de 3 personas, con una duración entre 2 y 3 horas, que permiten la interacción y discusión a profundidad alrededor de los temas planteados.



ACERCAMIENTOS Y ENTREVISTAS EN EVENTOS

Entrevistas con una duración aproximada de 30 minutos, realizadas generalmente en eventos que conglomeran cierto tipo de públicos con un objetivo específico



SESIONES DE GRUPO

Reuniones con una duración de 2 horas, en donde interactúan 10 personas que por sus actividades y condiciones culturales pueden ser reunidas en un solo espacio.

Desarrollo de otras actividades

Dado el interés y la complejidad del tema, el grupo de investigación de Pigmalion ha querido ir más allá de las metodologías propuestas en aras de enriquecer la labor investigativa. De este modo se realizaron las siguientes actividades adicionales:



Recorridos etnográficos



Visitas a restaurantes



Presencia en ferias gastronómicas



Desk research y análisis de contenidos mediáticos

Convenciones

Para facilitar la comprensión del informe se utilizaron algunas convenciones que se explican a continuación:

Verbatim



- Los *verbatim*s o citas aparecen en un recuadro en letra cursiva.
- En el caso de los expertos, después de la cita se indica el tipo (chef, restaurador, investigador, etc.) y la ciudad donde reside.
- Para los turistas internacionales simplemente se dice “turista vacacional”, “turista de trabajo” o turista “mochilero”, con la respectiva nacionalidad y la ciudad en donde fue entrevistado.
- Para los turistas colombianos se pone “turista nacional” y la ciudad.

Punto de vista de los turistas



En este tipo de cuadros se consigna las percepciones u opiniones de los turistas internacionales



En este tipo de cuadros se consigna las percepciones u opiniones de los turistas nacionales

Pros y contras

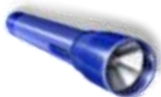


Ventajas o aspectos positivos



Limitaciones, dificultades o aspectos negativos

Atención



Se utiliza para llamar la atención sobre observaciones importantes alimentadas por nuestro análisis

Capítulo I

Una mirada a la gastronomía de las regiones



Una mirada a la gastronomía de las regiones

El presente capítulo habla de los principales elementos que aporta cada una de las regiones a la gastronomía colombiana.

Para este recorrido, vamos a considerar 8 regiones geográficas que, desde el sentir de la mayoría de expertos y reafirmando estudios anteriores, son una división bien sustentada para comprender las cocinas colombianas. Se aclara que San Andrés y Providencia podría estar incluida en la Región Caribe, pero aprovechando la información recogida en la isla, se hizo un análisis individual de su cocina.

La división responde al propósito del trabajo:

En rigor, para reunir todas las particularidades de la cocina colombiana, habría que considerar un número inabarcable de subregiones. Pero para sustraer lo que es representativo, lo que puede generar identidad y lo que tiene posibilidades de consolidarse para el turismo, resultan muy adecuadas las regiones escogidas.

Las cocinas de estas 8 regiones están suficientemente diferenciadas unas de otras. A su vez, al interior de cada región, hay muchos elementos comunes entre sus cocinas subregionales.

➔ **Región Caribe**

➔ **Región Antioquia y Eje Cafetero**

➔ **Región Suroccidente y Pacífico**

➔ **Región Santanderes**

➔ **Región Cundiboyacense**

➔ **Región Huila – Tolima**

➔ **Región San Andrés y Providencia**

➔ **Región Amazonía - Orinoquía**

Una mirada a la gastronomía de las regiones

En cada región se analizarán básicamente dos bloques temáticos:

1. Los productos que se destacan

En este punto debe aclararse que del amplio inventario de los productos gastronómicos de las regiones, vamos a destacar aquellos que, según el criterio de expertos y turistas, tienen un lugar fundamental en la gastronomía colombiana y que, además, tienen potencialidades para la promoción turística.

Gran parte de estos productos se retoman y examinan en el capítulo siguiente del estudio (sobre los productos gastronómicos de todo el país).

2. Principales aportes a la gastronomía colombiana

En este punto se sustraen elementos de la cocina de la región que ayudan a consolidar la gastronomía colombiana y que son potencialidades para promover el turismo.



NOTA: Es importante tener en cuenta que en el capítulo IV, que examina los lugares donde se ofrece comida colombiana, hay un análisis amplio sobre lo que está pasando en la oferta gastronómica de las principales ciudades del país.



Caribe

La cocina del Caribe, llena de color, es una integración de la herencia culinaria indígena, africana y española. **La costa Caribe ha recibido viajeros de todo el mundo**, lo cual ha enriquecido su cocina con influencias como la árabe y en menor medida la italiana, inglesa, china e india.

El Caribe reúne muchas cocinas

→ **Las cocinas características de las sabanas** del interior de la costa, muy campesinas, con una impronta indígena evidente, y en donde se destaca la región del Sinú, que aporta muchos ingredientes, productos y preparaciones a la cocina de la costa.

→ **Las cocinas costeras**, que llevan el sabor del mar y que suman la influencia de los inmigrantes. Son precisamente estas inmigraciones las que hacen muy cosmopolita a la comida costeña.

Una de las características de la cocina del Caribe es el **“toque dulce”** en las comidas. La **mezcla de los sabores dulces y salados** le dan un estilo muy particular.



1. Los productos que se destacan

- ➔ Entre los **ingredientes básicos** de la dieta costeña se destacan el pescado (de mar y de río), la carne de res, el arroz, el plátano y la yuca.
- ➔ La costa es **“muy arrocera”**. Además del arroz con coco, hay una gran variedad de arroces como los asopados (llamados apastelados) y los arroces con pescado y mariscos. En Barranquilla es tradicional el arroz de lisa, que tiene una connotación muy popular.
- ➔ **El plátano y la yuca** se consumen de muchas maneras, con un despliegue de creatividad en sus preparaciones. El ñame, aunque todavía está presente en algunos platos (como el mote de queso), cada vez es menos usual.

Hay una clara asociación de la costa Caribe con el **“pescado frito”** tanto del turista nacional como del internacional. El éxito del plato está en el acompañamiento de arroz con coco y patacón.



“El turista y el común de la gente identifica la cocina nuestra con el arroz con coco, el pescado frito y el patacón, aunque es la versión más simple y más popular de nuestra cocina”
Investigadora. Cartagena.

➔ Los pescados que sobresalen son:

Pescados de mar

Róbalo

Pargo Rojo

Mero

Pescados de río

Bagre

El Bocachico



➔ De los mariscos, **el camarón es predominante**. Entre sus preparaciones más apreciadas está el popular ceviche, la cazuela y los arroces de mariscos, los langostinos con salsas criollas o de frutas y la sopa de camarones con leche de coco, entre otros.

➔ **Los cocidos y sopas** también tienen un lugar en la cocina del Caribe. Son especialmente famosas el mote de queso (más sabanero) y los sancochos de sábalo, de carne salada y de guandul. Los viudos de pescado y de carne salada son muy apreciados en ciertas cocinas regionales. Sin embargo, el turista nacional casi no conoce estos platos, mucho menos el internacional.



➔ **Las carnes** tienen un lugar importante que a veces es desconocido en el resto del país. No puede olvidarse que gran parte del Caribe es región ganadera. Además de la carne salada, que es más común en las llanuras sinuanas y es inédita en los grandes restaurantes típicos, se destacan la posta cartagenera, la carne rypiada y el picadillo de carne.

1. Los productos que se destacan

→ Las pequeñas delicias costeñas, generalmente fritas, son muy apetecidas incluso en el resto del país, tanto por turistas nacionales como internacionales, e incluso se han incorporado a la oferta de comidas rápidas. La **arepa e´ huevo** y la **carimañola** son emblemáticas de la costa, y ampliamente reconocidas.

→ **Otros fritos comunes**, aunque menos reconocidos, son el quibbe, la butifarra, los buñuelos de maíz, las arepitas de anís y los buñuelos de frijol cabecita negra. El quibbe, aunque es de origen árabe, se ha difundido tanto en la costa que sus habitantes lo sienten propio.



→ Entre los envueltos sobresalen **los bollos**, las “entre comidas” y acompañantes típicos en la costa (como la arepa en Antioquia). Hay una gran variedad, como el bollo limpio (de maíz blanco), o el bollo ‘e poloco (de maíz amarillo). También hay bollos de yuca y de plátano maduro.

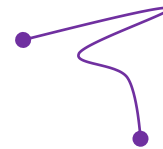
→ El **suero costeño** y el **ají dulce** también son básicos en el sabor de la cocina de la costa, y como salsa para los fritos. Aunque el turista nacional no asocia mucho el ají con la costa, el suero sí es muy reconocido y apreciado. Entre los sueros se destaca el Atoyabuey (espeso) y el Celele (ligero).

➔ Los **dulces** de la costa son muy pintorescos y curiosos. Pueden ser bien representados por las cocadas cartageneras. Una de las dificultades es que son muy dulces, llegando a ser hostigantes para el gusto de turistas. Los dulces en la costa tienen un lugar muy importante en la época de Semana Santa.



➔ El coco, la panela, el plátano maduro y las frutas, están presentes en la mayoría de los **dulces** costeños. Hacen parte de los más tradicionales como el plátano en tentación, el mungo mungo, el enyucado y la pasta de mango. Hoy en día dos de los postres más destacados son el pie de mamey y el pie de coco, muy apreciados por los turistas y presentes en la mayoría de los restaurantes de alto nivel.

➔ La variedad de **frutas** de la costa es increíble. Esto fascina especialmente a los **turistas internacionales**. Además del coco, se destacan los mangos (con una gran variedad), el níspero, el zapote, la piña, la patilla, la guanábana y los cítricos. Cabe resaltar que estas frutas se están ofreciendo en la mayoría de los hoteles.



“Los europeos se mueren con las frutas...cuando hay eventos con fuerza extranjera, la primer área que queda desocupada es la de las frutas, porque en otros países no se ve la diversidad que tenemos acá...se consume toda y hay que estar abasteciendo, lo que no pasa con el turismo nacional”.
Hoteleros. Cartagena



EL COCO

La leche de coco y el titoté (leche de coco que se pone a dorar) son elementos fundamentales en la cocina costeña; hacen presencia en sus principales platos, tanto en cocina de dulce como de sal, incluyendo al infaltable arroz con coco. Es muy común la mezcla de leche de coco, pescados y mariscos.

2. Principales aportes a la gastronomía colombiana



El plato de **pescado frito** es uno de los platos fundamentales de la cocina colombiana que tiene una alta presencia en todo el país. Su encanto está en gran parte en el arroz con coco y el patacón, que son muy apreciados tanto por los propios habitantes de la costa como por los turistas nacionales y extranjeros.



Hay otras preparaciones costeñas con un gran potencial que no están tan presentes en la oferta de restaurantes colombianos, tales como el mote de queso, los sancochos y las viudas de sábalo y de carne salada. Este tipo de preparaciones son frecuentemente reclamadas por expertos y turistas que los han probado.



La riqueza que aportan las **cocinas de otros países** que entraron en diferentes migraciones, especialmente la árabe con sus ingredientes, sabores y especias.



La integración de los sabores dulces y las **combinaciones dulces y salados a la cocina**, que tiende a ser muy bien recibida tanto por nacionales como por extranjeros.



Fritos como la arepa e’huevo y la carimañola, acompañadas de salsas como el suero costeño y las conservas y ajíes sabaneros.



La riqueza de **frutas exóticas**, principalmente en jugos, dulces, pescados y mariscos. Las técnicas de cocina con coco y títoté.



Siendo **Cartagena** y otros lugares, grandes destinos turísticos, son con frecuencia la puerta de entrada a la gastronomía colombiana. Sin embargo, es una oportunidad que en el decir de expertos, se está desaprovechando.



“En Cartagena, una ciudad con esa tradición, con esa cantera culinaria tan extraordinaria, no hay un restaurante donde comer la comida cartagenera bien hecha, salvo en el hogar de muchas de las viejas familias tradicionales...”

Investigador. Cartagena.



Antioquia y Eje Cafetero

Antioquia y Eje Cafetero

La región de Antioquia y el Eje Cafetero, ubicada entre montañas, realiza su identidad a partir de su cocina que hoy es uno de los principales referentes de la gastronomía colombiana.

En esencia es una cocina muy campesina, heredada de los colonizadores pero que aprovecha elementos valiosos de lo indígena como sucede con el uso versátil del maíz.

De la comida antioqueña se ha dicho que es abundante y que sus platos nacieron del propósito de proveer mucha carga energética para duras jornadas. Sin embargo, es importante entender la transición que han tenido estos platos a nuevas formas de preparación y consumo.



Antioquia y Eje Cafetero

1. Los productos que se destacan

➔ El **maíz** es uno de los ingredientes más versátiles que sobresalen en la cocina paisa, siendo la arepa su preparación más representativa. Ha hecho carrera por todo el país y por las colonias colombianas del mundo, aunque la arepa blanca no es propiamente del gusto de muchos turistas internacionales.

Entre las arepas, la de chócolo con quesito es muy valorada por propios y extraños.



"La arepa y la mazamorra son las dos recetas indígenas por antonomasia. Con el maíz se hace el buñuelo, la hojuela, la empanada y el pandequeso. Muchos productos de la cocina colombiana son de maíz, pero sobretodo acá en Antioquia tiene mucho protagonismo en la comida"
Investigador. Medellín.

➔ El **cerdo** tiene un aprovechamiento excepcional. Todas sus partes son protagonistas de los principales platos paisas.

Del cerdo provienen íconos de la comida paisa como el **chicharrón, el chorizo y la morcilla**. En los fríjoles pueden estar el tocino o garra, la pezuña y la cola, las costillas (en tamales, fritas y asadas); en el sancocho está el hueso de espinazo y en el mondongo, los trozos de cerdo que se agregan al plato.



Antioquia y Eje Cafetero

1. Los productos que se destacan

➔ **La morcilla** es especialmente valorada por expertos y por algunos turistas que gustan de este tipo de embutidos. Es famosa la morcilla envigadeña.



“La morcilla de acá me parece que es muy rica, mejor que la que probé en Argentina y a mucha gente le gusta. Pero también hay muchos que les da fastidio ver cómo preparan eso con la sangre y las tripas. La verdad, no es que le guste a todos”
Turista nacional. Medellín.

➔ **El chorizo antioqueño** es el embutido más representativo de la región. Está presente en los restaurantes típicos y corrientes. Es famoso también el chorizo “santarrosano” que tiene una preparación particular. Hay un desarrollo muy interesante en la elaboración de chorizos en diferentes municipios, que algunos investigadores y chefs han comenzado a explorar.



➔ **La bandeja paisa** es uno de los platos con mayor recordación de la gastronomía colombiana. Su origen es relativamente reciente. **La cantidad de productos que componen el plato, hacen que lluevan críticas de expertos y turistas.** Sin embargo las nuevas versiones (como la cazuela) aligeran el plato y son más apetecidas por el público extranjero y por las nuevas generaciones.

“Lo que me gusta de la bandeja paisa es que puedes probar muchas cosas en un solo plato, pero las porciones son muy grandes, no creo que esto sea muy saludable, pero es bueno para compartir”.

Turista vacacional suizo. Medellín.

Antioquia y Eje Cafetero

1. Los productos que se destacan

- ➔ El **mondongo** es un plato presente esporádicamente en algunos restaurantes del país, que tiene mucha más fuerza en esta región. **No es tan apetecido por el turista internacional.**
- ➔ El **hogao y los ajíes** tienen una destacada presencia en la mesa de la comida antioqueña. Los ajíes se utilizan mucho en empanadas, papas rellenas y algunas sopas.
- ➔ Las **empanadas** son otros antojos infaltables en cualquier escenario donde esté la comida antioqueña.
- ➔ La **panadería** encuentra su punto más conocido en los buñuelos. También son apetecidos por los viajeros otras “parvas” como el pandequeso y el pandeyuca.
- ➔ Los **dulces** también tienen un lugar significativo, especialmente los de leche, de panela y de frutas.



Antioquia y Eje Cafetero

1. Los productos que se destacan

Además de los productos anteriores, en la zona del eje cafetero, hay un desarrollo especial alrededor de los siguientes productos:

→ La **yuca producida en Quindío** es famosa por su textura almidonada. Es un producto cuya calidad destacan algunos expertos y pobladores de la región. Estos llegan a sugerir que debería tener una denominación de origen (la yuca de Quindío).



→ Aunque **la trucha** hace presencia en muchos restaurantes del país, en Salento (Quindío) tiene un especial despliegue gastronómico. Es un plato muy apreciado por los turistas.

→ Actualmente se están haciendo desarrollos interesantes con el café:

- Procesamiento de cafés de diferentes tipos y productos derivados de éste.
- Puntos especializados de venta en diferentes ciudades.
- Dulces, postres, bebidas y licores con café.
- Se ha ido incorporando en recetas de sal.
- Recorridos turísticos alrededor de la cultura del café.



El suroeste antioqueño, cuya cultura y tradición es muy similar a la del Eje Cafetero, también está incursionando en el desarrollo de productos y opciones turísticas alrededor del café.

Antioquia y Eje Cafetero

2. Principales aportes a la gastronomía colombiana

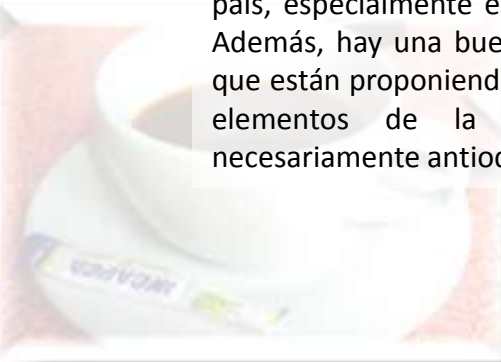
- ➔ La cocina paisa es **probablemente la que más se reconoce a nivel nacional**. Son los restaurantes típicos regionales con más presencia en la misma zona de Antioquia, el eje cafetero y en otras regiones del país.
- ➔ Además no puede desconocerse que la **comida colombiana en el exterior** ha sido representada fundamentalmente por restaurantes con enfoque en la comida antioqueña.
- ➔ La **bandeja paisa** siempre está en el lugar de los **más apreciados y reconocidos platos del país**. Es para algunos el plato más representativo.
- ➔ Otros platos y “entre comidas” son fundamentales dentro del patrimonio gastronómico colombiano como el **tamal, el sancocho, el mondongo, la morcilla y particularmente los chorizos**.

En las “entre comidas” son muy apreciados los **buñuelos y las empanadas**.



El Café

La cultura que gira en torno a él y el boom turístico de esta zona, son aportes fundamentales a la gastronomía del país.





Suroccidente y Pacífico

Suroccidente y Pacífico

El Suroccidente del país convoca rasgos fundamentales de las cocinas de negros del Pacífico y de las ancestrales cocinas indígenas de las montañas del Cauca y Nariño. En el Valle, particularmente se suman las influencias gastronómicas de la zona del viejo Caldas.

Estas regiones poseen un complejo y significativo ámbito cultural que se expresa en el valor de sus cocinas y que todavía no es suficientemente reconocido en el resto del país.



Suroccidente y Pacífico

1. Los productos que se destacan

➔ En el Pacífico y en todo el departamento del Valle se optimiza el **uso del plátano** que se consume de formas muy variadas.

➔ **El Chontaduro**, además de estar presente en la calle, sobresale en los restaurantes de vanguardia como un producto muy especial por su sabor, textura y versatilidad a la hora de combinarse con otras cocinas, con resultados interesantes y poco conocidos en otras regiones del país.



"El chontaduro es una pasión nuestra. El chontaduro es un producto difícil de que a otras personas, fuera de aquí, les guste. Porque no te criaste con él, porque uno ama lo que uno conoce, eso es el amor. Lo que no conoce, pues no, es otro cuento. Por eso la gente, los colombianos tienen que conocer este fruto"
Investigador. Cali

➔ Algunas **frutas exóticas** como el borojón, la badea, la piñuela y el carambolo hacen presencia en jugos, salsa, postres, entre otras preparaciones, particularmente en algunos restaurantes de nuevas propuestas culinarias.

➔ **El coco** y la leche del coco son ingredientes fundamentales en muchas de las preparaciones del Pacífico. **Para la mayoría de los públicos, el sabor que deja en los platos es exquisito y exótico.**

Suroccidente y Pacífico

1. Los productos que se destacan



➔ Es muy valorada y amplia la oferta de comida de mar en **Buenaventura**, que tiene también una fuerte presencia en Cali.

➔ El **arroz atollado** en sus distintas versiones: aparte del tradicional donde predomina el cerdo, se destaca el atollado de piangua, con muchas posibilidades por su exotividad y sabor sorprendente.

➔ El **sancocho de gallina** (en especial el de Ginebra) se entiende por muchos como el gran plato valluno. Es un plato muy abundante, y con mucho protagonismo del plátano. El sabor se lo da el cimarrón (tipo de cilantro) y en algunos casos el azafrán de raíz.

➔ La **cocina payanesa** es famosa por exquisiteces como la sopa de carantanta o las empanaditas y el tamal de pipián, los cuales son altamente valorados por todos los expertos. Sin embargo, no son productos fáciles de encontrar en los restaurantes.

"Vea, el sancocho valluno lleva la tostada de plátano que es lo primero que le sirven a uno, la yuca, el plátano y la gallina o el pollo, con el famoso cimarrón, pero no lleva papa. El pollo lo sacan y lo hacen como en un hogao y lo sirven en un plato con arroz y con el aguacate. Ah y la ensalada. Así lo sirven en las partes típicas"

Restaurador. Cali.



➔ El **cuy asado** es el plato que más se destaca al sur del país, especialmente en **Nariño**. Genera mucha curiosidad, pero no es fácil al gusto de cualquier turista.

➔ Los **pusandaos** (cocción lenta con carne curada o pescado) es una de las preparaciones que se destacan por la ritualidad que encierra. Normalmente se prepara en un ambiente de celebración.

Suroccidente y Pacífico

1. Los productos que se destacan

- ➔ En el terreno de las **“entre comidas”**, expertos y turistas coinciden en destacar fritos como los **aborrajados**, las **marranitas**, las **empanadas de pipián**, las **carantantas**, entre otros.
- ➔ Además, la **panadería del Valle del Cauca** tiene un sitio indiscutible, especialmente con el famoso **pandebono**.



- ➔ **Los dulces** sobresalen a nivel nacional. Son delicados y con muy buenas presentaciones, muy propicios para los turistas, sobre todo para llevar. Se destacan el manjar blanco, los desamargados, los aplanchados de Popayán, el cortado, entre otros.

- ➔ Hay un “tipo” de **bebidas muy interesante** y propio del Valle del Cauca que son normalmente preparadas con frutas y maíz: lulada, champús, cholao, avena caleña, mazamorra caleña, etc.



“Estas bebidas son muy tradicionales aquí en Cali. Lo más tradicional es la lulada y el champús. Para comer están los pandebonos y las puerquitas esas, todo eso es muy sabroso como para comer por la calle”

Turista nacional. Cali.

Suroccidente y Pacífico

2. Principales aportes a la gastronomía colombiana

➔ Las **cocinas de negros** están llamadas a ser protagonistas de la gastronomía colombiana. Hay un potencial enorme en los platos de mar que provienen del Pacífico. Arroces, cazuelas, ceviches, fritos y viudos con pescados y mariscos son un valor que la región le aporta al país.

➔ Las **“entre comidas” vallunas**, tanto fritas como horneadas, son muy apreciadas y generan interés gracias al aprovechamiento del plátano y de combinaciones de masas.



A esto le sumamos productos caucanos como los **tamales y empanadas de pipián y la carantanta**.

➔ Típicos como **sancocho de gallina, el atollado y la chuleta**, si bien no son platos nacionales, deben tener una mayor presencia en la difusión de la cocina colombiana y en los restaurantes colombianos del resto del país.

➔ Las **nuevas propuestas de los restaurantes de vanguardia** se están apropiando de ingredientes y conceptos regionales y están incluyendo platos y recetas de la región. Los chefs de este tipo de restaurantes están explorando y aprovechando la tradición culinaria del Pacífico, e integrándola a sus propuestas de cocinas de autor.

➔ Aunque los restaurantes de **comida del Pacífico tienen mayor presencia en Cali**, el auge de estos restaurantes se ha incrementado en las principales ciudades como Medellín y Bogotá, algunos de los cuales son de alto nivel.

“El sancocho, en cualquier región de Colombia, tiene un gusto muy bueno, pero el plato representativo del Valle es definitivamente el sancocho de gallina, por arriba del atollado, que también es un plato que nos identifica”

Turista nacional . Cali.

Popayán y su cocina caucana fue seleccionada como ciudad gastronómica por la Unesco en el año 2005 por mantener sus métodos tradicionales de preparación. Sin embargo, sus productos no son tan visibles en la oferta gastronómica de la ciudad, ni son conocidos por el turista común.



Santanderes

Santanderes

En los Santanderes se ha desarrollado una variada gastronomía claramente distinguida del resto del país por sus platos muy elaborados y una mezcla amplia de sabores.

Los expertos lo atribuyen a la conservación de técnicas y preparaciones de la cocina española que se refleja, por ejemplo, en el aprovechamiento de carnes curadas y en las conservas.

Debido al apego a sus tradiciones, los santandereanos han logrado conservar por décadas muchas de sus recetas en su versión más original. A pesar de su valor, la cocina de lo santandereano tiene poca presencia en el resto del país.



1. Los productos que se destacan

- ➔ El **mute** es el cocido más destacado de la región. Aunque algunos lo consideran su plato más representativo, es escasa su presencia en el resto del país. En los restaurantes de la región, por lo general, solo lo preparan los domingos.



"Cuando fui a Santander quería probar una sopa de la que me hablaban mucho... el mute, pero no la encontré en ningún restaurante porque sólo la preparan los domingos, es una lástima".
Turista nacional. Cartagena.

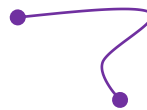
- ➔ Dentro de las carnes, el **cabro** tiene un papel **especial**, siendo muy apetecidas sus costillas. Del mismo animal se deriva uno de los platos más reconocidos de la región que es la **pepitoria**, que por sus ingredientes es de odios y amores.
- ➔ La **carne oreada** es una exquisitez, muy propia para comer en las salidas familiares y en los paseos.
- ➔ En algunos restaurantes es común encontrar un plato que se ha denominado **mixto santandereano**, que conjuga los más conocidos platos de la región: mute, carne oreada y seca, sobrebarriga, cabrito, pepitoria, cebollitas ocañeras, arepa santandereana, entre otros.

- ➔ Los **jamonés de Pamplona** dan fe de las preparaciones heredadas de España y es común su presencia en Cúcuta y Bucaramanga para emparedados especialmente. En jamones ahumados la tradicional Salsamentaria Alemana se ha convertido en un referente importante de la gastronomía de Pamplona, en donde también se destacan los dulces y panes.

- ➔ Las **hayacas** es un tipo de tamal muy apreciado, especialmente como comida rápida en Bucaramanga y otras poblaciones. Es una versión de tamal muy versátil por su tamaño y sus ingredientes.



- ➔ La **arepa santandereana** es una de las más apetecidas en el país. No es simple como la arepa blanca, pues su masa es hecha con pedacitos de chicharrón que le dan un sabor y textura especial.



"De todas las arepas que probé la de Santander fue mi favorita, tiene un sabor tan rico que te la puedes comer sola, sin echarle nada".

Turista vacacional mexicano. Barranquilla

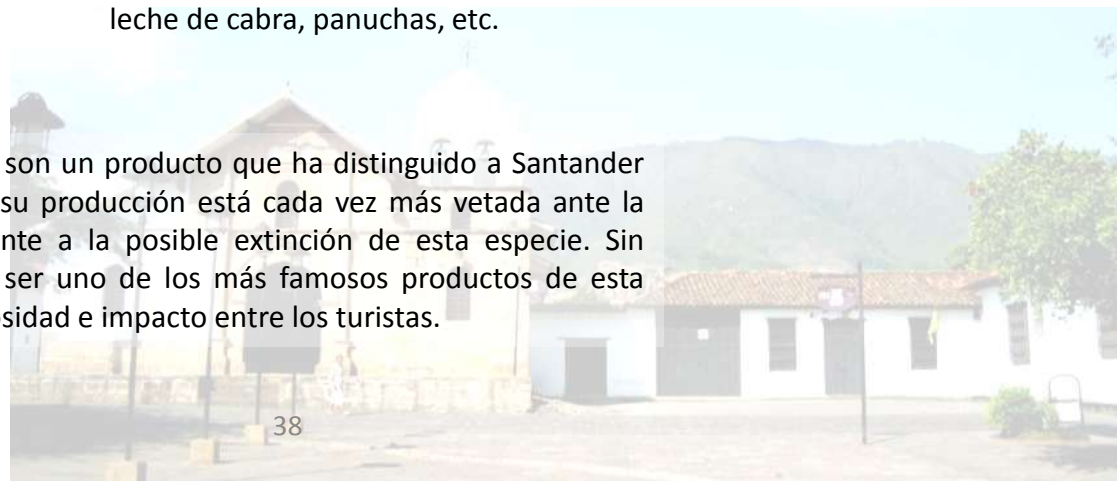


- ➔ La **panela**, la **piña** (las de Lebrija tienen fama de ser las mejores del país) y la **guayaba** son productos fundamentales en el rico inventario de dulces regionales. El apio (como le dicen a la arracacha) es muy usado para platos de sal y dulce.



- ➔ No hay duda que el **bocadillo veleño** es uno de los dulces nacionales, con reconocimiento y presencia en todo el país. Pero también otros dulces, especialmente los fabricados en Floridablanca (de marcas como dulces Celis o el Paragüitas) ya hacen presencia a nivel nacional, impulsados en gran parte por su distribución en los grandes autoservicios. Es así como encontramos dulce de apio, de leche de cabra, panuchas, etc.

- ➔ Las **hormigas culonas** son un producto que ha distinguido a Santander por décadas, aunque su producción está cada vez más vetada ante la alerta de muchos frente a la posible extinción de esta especie. Sin embargo, no deja de ser uno de los más famosos productos de esta región que causa curiosidad e impacto entre los turistas.



2. Principales aportes a la gastronomía colombiana



La **riqueza culinaria de Santander** es ampliamente valorada por expertos y turistas por sus sabores y elaboraciones particulares. Sin embargo, sus principales platos (como el Mute y la Pepitoria), hacen muy poca presencia en los restaurantes del resto del país. De hecho los pocos restaurantes santandereanos que hay en otras ciudades son visitados principalmente por la propia colonia.



Las carnes son una gran riqueza: carnes oreadas, jamones y cabrito, presentan experiencias singulares en la preparación y en la forma de consumo. Por lo general, están presentes en los lugares más turísticos.



Los dulces santandereanos son el aporte más visible (desde el mercado) a la gastronomía colombiana. Santander ha logrado promover sus productos y el camino que sigue es posicionar, obtener denominaciones de origen e internacionalizar sus productos.



El boom turístico de los últimos años, ha acercado a los colombianos a las delicias gastronómicas santandereanas. El desarrollo turístico en torno a zonas como la mesa de los Santos y el Cañón del Chicamocha, los municipios de Socorro, San Gil y Barichara, entre otros, son la mayor vitrina para la comida típica santandereana.





Región Cundiboyacense

Región Cundiboyacense

La gastronomía de esta región se ha asociado más al altiplano frío en donde predominan los cocidos y sopas de múltiples ingredientes. Las cocinas son auténticamente campesinas, con una clara herencia de la cultura muisca y el evidente legado español. Predominan los cocidos y platos en donde se da el máximo aprovechamiento de tubérculos y productos de “pan coger”.



El pasado señorial y el peso indiscutible que ejerce la capital del país en todo el resto de la región, hacen que parte de esta gastronomía se acomode a las exigencias urbanas.



Región Cundiboyacense

1. Los productos que se destacan

- ➔ Los principales productos agrícolas de esta región son: **café, maíz, caña de azúcar, papa, cebada, trigo, yuca, algodón, arroz, frijol y frutas.**
- ➔ En Boyacá y en las sabanas frías de Cundinamarca se cultiva una **gran variedad de papa** que es el ingrediente esencial de sopas, caldos y cocidos típicos de esta región. Tubérculos como las habias, chuguas, cubios y ullucos (herencia de los muiscas) son esenciales en sopas, cocidos y ajíes.
- ➔ Sin duda **el ajiaco santafereño** es el ícono de la zona y, en el decir de muchos, **el plato con mayor potencial de aceptación internacional.**

Es importante la costumbre de consumir **caldos y sopas en el desayuno**. Entre ellos, se destaca la changua y el caldo de costilla.



"En la cocina del altiplano los potajes y las sopas son densas, porque los lugares son fríos y la gente necesita cargarse de calorías, muy distintas a la ligereza de las sopas de la costa o del valle."
Investigador. Bogotá.



"Yo nunca había tomado tanta sopa en mi vida como en Colombia, especialmente en Bogotá!!"
Turista vacacional española. Medellín

- ➔ **Las sopas son el producto gastronómico más reconocido de la región.** Son fruto del aprovechamiento de los ingredientes de la huerta. Además del ajiaco, otras sopas conocidas son: el cuchuco de trigo, la mazamorra chiquita, el cocido boyacense, la sopa de avena, entre otras. A esto se suman múltiples variaciones de sopas de legumbres.
- ➔ La **industria lechera** se encuentra muy desarrollada en la sabana de Bogotá y el valle de Ubaté. Grandes marcas nacionales aprovechan este insumo, pero también es amplia la producción artesanal de lácteos.
- ➔ Otros platos típicos destacados son el **puchero santafereño** y la **sobrebarriga** con papas chorriadas. Sin embargo, en los últimos años estos platos son muchos menos consumidos y reconocidos, especialmente entre las nuevas generaciones.

Región Cundiboyacense

1. Los productos que se destacan

- ➔ Las picadas de frituras (**fritanga**) tiene un lugar importante como experiencia de paseo, especialmente en las poblaciones aledañas a Bogotá.
- ➔ La **longaniza** es una preparación de gran importancia en esta región, imprescindible en la preparación de cocidos, pucheros, piquetes y fritangas.
- ➔ Las **bebidas aromáticas** como el canelazo, a base de panela, llegan a ocupar un lugar importante, especialmente en los puestos de bebidas callejeras. El canelazo se constituye como una bebida reconfortante y restauradora. La chicha también se puede disfrutar en restaurantes populares, incluso de la capital.



- ➔ Las “onces”, son una ocasión de comida muy interesante en la capital del país. En muchos lugares se ofrece chocolate acompañado con la diversa oferta panadera o acompañado de queso o de tamal.

De la panadería se destacan los mojicones, los panes resobados o aliñados y las famosas almojábanas autóctonas de Boyacá.

- ➔ Los **dulces** son abundantes en esta región aprovechando los cultivos de caña y la vocación lechera de la región. Se destacan los alfandoques, las panelitas de leche, de guayaba, dulces de conserva y el merengón, siempre presente en las afueras de Bogotá durante los fines de semana.

“Me encanta todo lo que venden en las panaderías en Bogotá, desde las mogollas hasta las almojábanas, todo es delicioso”
Turista vacacional español. Bogotá

- ➔ Entre los postres sobresalen las **brevas con arequipe**, la **cuajada con melao**, las **fresas con crema**, el **postre de natas** y el **arroz con leche**, todos con presencia de lácteos.

“Los postres que he probado son ricos, pero demasiado dulces para mi gusto”.
Turista vacacional de italiano. Cartagena

2. Principales aportes a la gastronomía colombiana



El ajiaco, para muchos, es el gran aporte de Bogotá a la gastronomía colombiana y mezcla la herencia muisca con el legado español. De los primeros están la guasca, la famosa papa sabanera que le aporta su especial y particular textura y el maíz. De los europeos está el pollo, la crema de leche y las alcaparras, que le da al plato cierta sofisticación.



Las sopas tienen un lugar importante, aunque se reconoce que ciertos ingredientes a veces no son muy aceptados, como sucede con los cayos, los huesos, las carnes poco pulpas y ciertos túberculos.



La importancia que se da a los **sitios de “onces”**, permite que se resalten productos como el chocolate, la panadería colombiana y los quesos típicos de la región.



Bogotá particularmente permite **congregar las cocinas de todo el país**, lo cual puede favorecer un trabajo para consolidar una oferta de cocina colombiana, ya sea en su estado más tradicional o en exploraciones vanguardistas. La capital atiende un número creciente de turistas vacacionales y de trabajo, que buscan experiencias de cultura colombiana y entre ellas su gastronomía.



Se destaca el pequeño **pero creciente grupo de chefs y restauradores que lideran las nuevas propuestas** de restaurantes de lo que podría llamarse “nueva cocina colombiana”. Esto se proyecta como una interesante experiencia para los turistas nacionales e internacionales.

Oportunidades turísticas de Bogotá y Villa de Leyva



El caso de la oferta gastronómica en Bogotá se analiza en el capítulo IV (Los restaurantes y sitios de comida). Pero vale la pena destacar cómo se perfila esta ciudad como uno de los principales destinos latinoamericanos para el turismo :

- **El 52% de los visitantes extranjeros** que llegaron al país en 2008 escogieron como destino a Bogotá. Los visitantes extranjeros pasaron de 177 mil, registrados entre enero y abril de 2.008, a 200 mil en el mismo periodo de 2.009, para un **crecimiento del 12,9%**. (*)

-Bogotá ocupa el **sexto lugar entre las 50 mejores ciudades latinoamericanas para hacer negocios**, según un informe de la revista 'América Economía Intelligence'. (*)

-La ciudad es percibida por los extranjeros, como **la cuarta con mayor reconocimiento**, después de Santiago de Chile, Buenos Aires y Sao Paulo. (**)

- **El costo de vida para los ejecutivos**: la tarifa de una habitación en un buen hotel se encuentra en un promedio de 95,52 dólares, cifra muy inferior en relación a otras ciudades del continente en donde el precio varía entre los 150 y los 225 dólares diarios. (***)

(*) Datos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo

(**) Datos del Observatorio de la Región de la Cámara de Comercio de Bogotá

(***) Datos de la Alcaldía de Bogotá



Llama la atención que Boyacá, un lugar tan atractivo turísticamente y además tan cerca de la capital, tenga una **oferta de restaurantes de cocina autóctona tan incipiente**.

En los últimos años en **Villa de Leyva** se han abierto nuevos restaurantes, pero casi todos de cocina internacional. Entre las propuestas que integran cocina colombiana se destaca el restaurante Tierra Buena.





Huila - Tolima

Huila – Tolima

Esta región ha aprovechado sus climas, particularmente en el generoso Valle del río Magdalena, con productos como el arroz y el plátano que han inspirado sus productos gastronómicos.

Su culinaria se describe como la herencia de una cocina campesina de simples costumbres sin muchos artificios y sin muchos aliños.



En ella predominan las preparaciones de cocción lenta que la han constituido en una de las cocinas más importantes y bien acogidas en todo el país; donde se destaca ampliamente el legado español que se manifiesta en la preparación de cerdos y tamales.



1. Los productos que se destacan

➔ **La lechona tolimense** es un plato extraordinario en la cocina colombiana. Es un alimento que causa impresión desde su dispendiosa preparación hasta su apariencia antes de ser servido. A pesar de su riqueza y elaboración, puede tener dificultades entre un público amplio de turistas.



➔ **El asado huilense** es interesante y se circunscribe dentro de los platos que se sirven en “picada”, que permiten compartir y vivir una buena experiencia turística. Entre sus atractivos más nombrados están el aroma y sabor que imprimen las hierbas en la carne de cerdo.

➔ **El cabro o chivo** tiene diferentes preparaciones en el Huila y Tolima: guisado y asado (“asado de cabrito”). También se aprovechan sus menudencias en platos como la chanfaina y pepitoria.



“Cuando a uno le dicen lechona uno ve una cabeza grande con una manzana en la boca, y uno se asusta, pero uno la prueba y no se imagina que el sabor es tan bueno”

Hotelero. Cartagena



- ➔ **El tamal tolimense** es para muchos el mejor del país. La presencia de arroz y arvejas con la masa de maíz y los trozos generosos de carne, hacen muy apreciado su consumo en todo el país. El tamal huilense también es apreciado y difiere levemente del tolimense, pero no es tan popular en otras regiones.
- ➔ Es una región muy arrocerera, con extensos cultivos de este cereal. **El arroz** hace presencia en múltiples productos como los envueltos (tamales e insulsos), la lechona, las sopas, los dulces y en las bebidas.
- ➔ **Los bizcochos de achiras** han adquirido tal importancia que para muchos son el mejor pasabocas del país.
- ➔ Las bebidas como **el masato** son interesantes desde el punto de vista exploratorio para aquellos viajeros que buscan conocer a fondo la cultura, pero por lo general no son bebidas fáciles para los turistas.



2. Principales aportes a la gastronomía colombiana

➔ Platos como la **lechona**, con una preparación muy lenta y compleja, ofrecen una experiencia bien acogida en los comensales de todo el país. Propia de eventos y fiestas, la lechona es para compartir y festejar.

➔ El **tamal tolimense** es muy reconocido y consumido en todas las regiones del país.

➔ Las **achiras** son otro gran aporte, hasta el punto de estar presentes en todas las grandes cadenas del país, en las terminales de transporte y aeropuertos. Es un producto “de llevar”.



➔ El **turismo** en esta región, especialmente en torno a las **zonas arqueológicas de San Agustín y Tierradentro**, reconocidas por turistas nacionales y extranjeros, es una oportunidad para potenciar la gastronomía local y nacional.

➔ **Las fiestas invitan a probar**
La celebración de las fiestas de San Pedro, muy conocidas porque allí se da el Festival folclórico y el Reinado Nacional del Bambuco (“péguese la rodadita”). En ellas tienen un lugar especial las preparaciones locales, especialmente el asado huilense.





San Andrés y Providencia

San Andrés y Providencia

La comida isleña conjuga los matices de la supervivencia en altamar con el legado culinario dejado por las colonias británicas y las cocinas de negros africanos. Se integran también a estas influencias, el gusto particular por ingredientes que llegaban como producto del tránsito naviero y la piratería.

También debe considerarse que la cocina isleña ha tenido notables procesos de transformación como resultado de su consolidación como uno de los grandes destinos turísticos de Colombia y todo el Caribe.



San Andrés y Providencia

1. Los productos que se destacan

- ➔ **El cangrejo y el cerdo** son la principal fuente de proteína en la isla. El primero tiene toda la fuerza y versatilidad de la comida de mar y el segundo es el protagonista de las preparaciones nativas. Ambos cuentan con la aceptación y el aprecio de los visitantes a la isla.
- ➔ **La fruta del árbol de pan** o fruta pan, como es comúnmente llamada, está siendo cada vez más revalorada en la cocina isleña. Los patacones, puré y masas que se obtienen de esta fruta hacen las veces de guarnición tanto en restaurantes como en cocinas familiares.



"San Andrés comida regional no tiene; la comida isleña, que es la comida regional de acá, es el rondón, la sopa de cangrejo y el caracol. Y son comidas muy complicadas para el turista".

Chef. San Andrés.



- ➔ **El rondón** es el plato típico de San Andrés. Se constituye en una muestra de la diversidad de productos que ofrece el Caribe colombiano. Es un plato complejo, que no siempre es comprendido por los visitantes.
- ➔ **El pulpo** es muy apreciado en comidas internacionales, entre los expertos es comentada su abundancia en aguas colombianas.

San Andrés y Providencia

1. Los productos que se destacan



➔ Las **bolitas y empanadas de cangrejo**, especialmente las de las mesitas o comidas callejeras, son el mejor y más común recuerdo gastronómico de la isla.

➔ Hasta Gran Caimán y Jamaica llega la **panadería isleña**, extrañamente no al resto del país. De ella se dice que es resultado de las recetas europeas junto con el sabor caribeño que le imprime a todos sus productos la leche de coco.

➔ Las mesitas (ventas familiares callejeras) ofrecen diariamente el sugar cake, el pie de coco y el volteado de piña entre otros, como parte de la **tradición repostera heredada de colonias británicas** y asimilada por los nativos como tradición familiar.

➔ Hay tantas recetas del **coctel Coco-loco** como rastafaris en la isla. Esta bebida de licores caribeños servida en un coco tendría muy buena acogida en las ciudades del interior según cuentan los turistas y expertos.

"No podemos darte opiniones de la comida fuera del hotel porque la verdad no hemos comido en otro restaurante, pero acá es excelente, de verdad que no nos podemos quejar, es absolutamente recomendable".
Turista vacacional argentina. San Andrés



San Andrés y Providencia

2. Principales aportes a la gastronomía colombiana

- ➔ Siendo uno de los destinos que más atrae a los turistas internacionales, **San Andrés es una vitrina fundamental para exponer la gastronomía colombiana**. Desafortunadamente, en la actualidad son mínimas las propuestas para mostrar nuestras cocinas.
- ➔ **Las hibridaciones propias de la comida isleña**, como el Rondón o el stew pork, producto del mestizaje colonial, se vislumbran como importantes exponentes de la gastronomía del Caribe.



En cuanto a la comida de mar, hay un gran potencial con las preparaciones de **pulpo y cangrejo, como representantes de la Isla** en los restaurantes de comida de mar a nivel nacional.

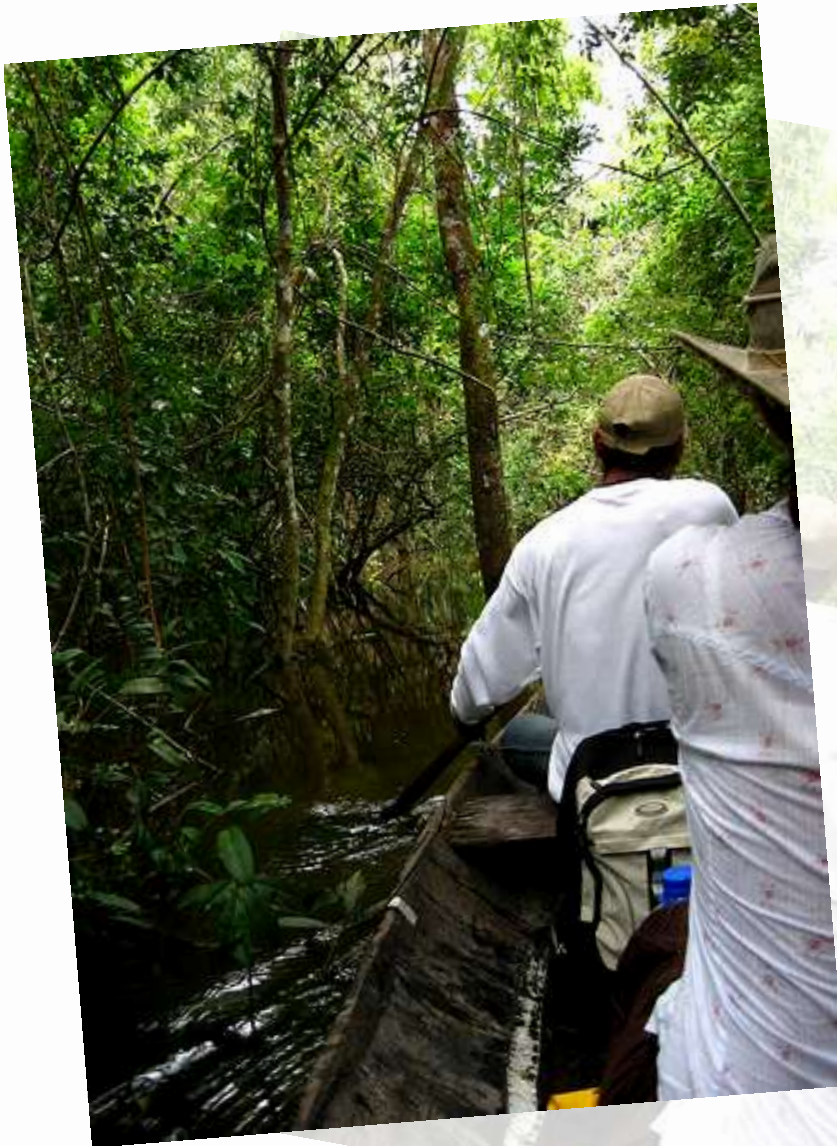
La fruta pan, tanto por su producción como por sus preparaciones, se constituye en un potencial de la gastronomía nacional.

- ➔ **La panadería isleña** es muy apreciada por los sabores que genera la leche de coco junto con las tradicionales recetas inglesas. Es un aporte casi inédito en la gastronomía colombiana.

"Nos consideramos muy buenos porque trabajamos con mucho amor. Trabajamos con amor para que el que venga le valga la pena haber llegado hasta aquí, que sea una experiencia agradable y eso es lo que tratamos. Somos un grupo pequeño pero estamos haciendo cosas".

Restaurador. San Andrés.





Amazónica - Orinoquía

Amazonía – Orinoquía

Estas son las cocinas más aborígenes del país: en el Amazonas aún se conserva la mayoría de técnicas y recursos de la cocina indígena que resaltan sus nexos con la tierra y los ríos. Buena parte de esta cocina se sigue abasteciendo de los productos elementales del entorno selvático como la yuca brava, frutas, peces y animales salvajes.

Es una gastronomía que tiene similitudes con la de los países vecinos como Brasil, Perú y Venezuela, pero también ha asimilado algunas influencias del interior del país.

En la de los Llanos Orientales y Orinoquía, aunque también con un fuerte legado indígena, el predominio del mundo “llanero” hace que tengan especial presencia las carnes y demás elementos culturales propios de su ganadería.



Amazónia - Orinoquía

1. Los productos que se destacan

- ➔ Las **Carnes Llaneras** son uno de los platos más importantes de la gastronomía nacional. La mamona, el entreverado (vísceras) y en general el asado llanero, además de sus sabores, conlleva una atractiva forma de preparación, ligado a fiestas y ritos de la vaquería. El topocho es el plátano que normalmente acompaña los asados llaneros.
- ➔ Las preparaciones con base en la **yuca amarga** como el casabe, la fariña, la farofa y el chive (bebida), están muy ligadas a la cocina de supervivencia indígena y pueden tener un lugar como experiencia etno-cultural. A través de adaptaciones culinarias, puede incorporarse a la oferta gastronómica urbana (aunque son un poco difíciles al gusto del turista).
- ➔ Los **peces** de los ríos de las cuencas Amazonas y Orinoco son muy diversos y, por lo general, de tamaño generoso. Se consumen con frecuencia peces como el dorado, la cachama y la gamitana y más eventualmente el famoso pirarucú (hoy vedado).





➔ Los pescados se preparan sudados, fritos, asados o en caldos y se acompañan con casabe o yuca. Sin embargo, es muy importante resaltar el **pescado moquiao**.

Preparación ancestral en la que el pescado se envuelve en hojas de plátano o bijao y se asa o ahúma con cierta distancia de la leña. Otra preparación interesante es el pescado relleno, especialmente la gamitana.

➔ No puede olvidarse como alimento fundamental de estas regiones los **animales de monte**, que todavía se consumen en comunidades y áreas rurales y que difícilmente se pueden disfrutar en la mesas de restaurantes de las capitales. Son muy apetecidos el borugo (guagua), la danta, la tortuga y el zaíno entre otros.

➔ Los **ajíes** son fundamentales en la dieta de estas regiones. Es el sazónador por excelencia.

➔ Los productos más valorados actualmente son las **frutas exóticas** de la zona como el **arazá**, el **copoazú**, la **galupa**, el **moriche** (de los Llanos) etc. Con ellos se producen jugos, dulces, helados, sorbetes y chichas.



2. Principales aportes a la gastronomía colombiana



Las **frutas exóticas** son una contribución a la gastronomía con un enorme potencial. Han llegado a las cocinas más exclusivas y son versátiles en sus usos.



Es muy apreciada la riqueza de **peces** y las preparaciones ancestrales que se hacen con ellos. Preparaciones como el pescado moquiao agregan un sabor especial y se configuran en una interesante experiencia etno-cultural.



La **Carne a la llanera** se constituye en un valor fundamental de la cocina colombiana. El despliegue en la preparación permiten unos sabores y texturas ampliamente apetecidos en el resto del país.



Las **carnes de animales de monte** también tienen un lugar en la gastronomía colombiana. Su consumo y masificación se dará en la medida en que pueda cazarse sin peligro de extinción o criarse en cautiverio. Así, el chigüiro por ejemplo, genera una nueva posibilidad gastronómica que puede sumarse a la famosa comida llanera.

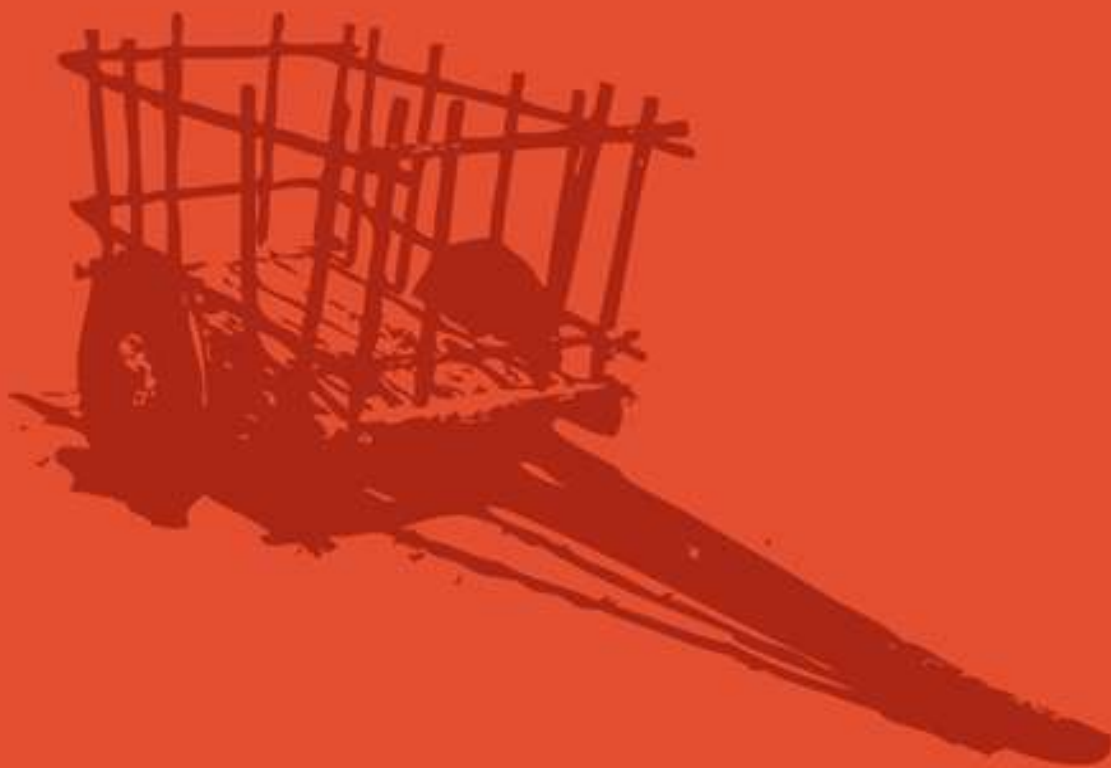


Hay un interés por involucrar y ofrecer **ingredientes de la cocina local** en los desarrollos eco-turísticos como los parques nacionales (Amacayacu principalmente) y en las comunidades a donde pueden llegar los turistas.



Capítulo II

Productos gastronómicos



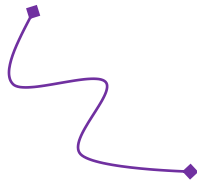
Productos gastronómicos

El diagnóstico de los productos gastronómicos

El propósito de este capítulo es jerarquizar y evaluar aquellos productos que están presentes en la realidad de las regiones, que son reconocidos y que tienen (o pueden tener) un lugar fundamental en la oferta gastronómica del país.



De esta manera el sentido de nuestro trabajo es diagnosticar, más que replicar lo que ya se ha dicho en textos e investigaciones exhaustivas.



No se trata de hacer un inventario de toda la oferta gastronómica del país (labor que ya ciertos expertos han realizado), pues esto no da fe de qué tan viables, populares, comunes y reconocidos son en realidad estos productos.



Productos gastronómicos

Para abordar la amplia oferta gastronómica que tenemos en Colombia, se hará un recorrido por las siguientes categorías de productos gastronómicos:

1. Ingredientes

2. Platos colombianos

3. “Entre comidas”

4. Dulces

5. Bebidas

6. Licores



En cada una de estas categorías se indagará sobre la importancia desde la tradición, la presencia del producto en la actualidad, las fortalezas y debilidades, así como también las oportunidades que tienen estos productos desde el punto de vista comercial, y particularmente para el turismo; a partir de las apreciaciones de expertos y turistas.



1. Ingredientes

1. Ingredientes

Al hablar de ingredientes o insumos nos vamos a referir a todos aquellos productos que son materia prima para la elaboración de platos, sean o no procesados. La clasificación y análisis se hará con base en su presencia en las cocinas colombianas y la importancia del ingrediente en la internacionalización de nuestra cocina:

En este sentido se hablará de:

1.1 Los protagonistas

1.2 Siempre en la cocina, pero menos visibles

1.3 Ingredientes muy regionales

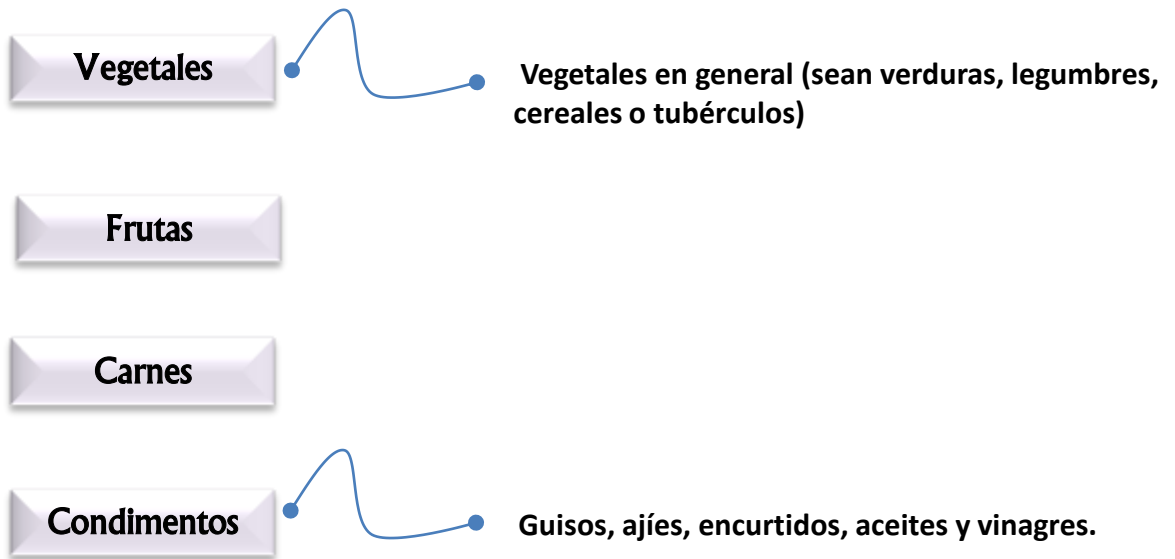
1.4 Ingredientes con pocas posibilidades



1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

Para analizar estos ingredientes con más claridad los separamos en:



Primero vamos a abordar el grupo de los **VEGETALES** que son protagonistas:

- **Plátano**
- **Arroz**
- **Maíz**
- **Papa**
- **Yuca**
- **Fríjol**

1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

Plátano

- Hay una amplia producción de plátano en distintas regiones del país y su consumo es fundamentalmente interno.
- El plátano genera sorpresa por la diversidad de preparaciones que se hacen en Colombia, y en este sentido suele constituir una novedad para muchos extranjeros, que están familiarizados con el banano, pero no con el plátano y sus preparaciones.

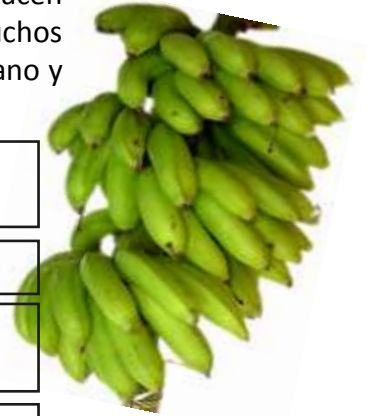
Es muy versátil

Tiene un lugar muy importante en sopas, platos fuertes, "entre comidas", postres y dulces.

Se utiliza tanto en comida de sal como de dulce.

Se consume verde y maduro y en distintas variedades (guineo, dominico, hartón y guayabo, entre otros).

Se puede preparar frito, al horno, cocido, etc.



Se destaca la variedad de productos de plátano en la región del Pacífico, particularmente en el Valle del Cauca (marranitas, aborrajados, etc.) y en la región Caribe (plátano tentación).

"El plátano después del café es el de mayor importancia, es muy exótico, y si uno lo mira con respecto a otros países de pronto podría ser un país diferenciador, si uno quiere marcar diferencia, el plátano la puede tener."
Chef. Medellín

- A los turistas internacionales (incluyendo a los latinoamericanos) les sorprende la variedad en las preparaciones.
- Es un producto que se considera exótico.
- Los productos de plátano los ven como muy propios de Colombia.

Arroz

- Está presente en casi todas las comidas y regiones del país. El arroz es guarnición, plato principal o, en algunos casos, ingrediente de algunas preparaciones.
- Es fundamental en platos típicos de todo el país como la Bandeja, el pescado frito (arroz con coco), la lechona, el atollado, la morcilla, la pepitoria, etc.

- Algunos manifiestan inconformidad de encontrar casi siempre "arroz blanco" en los platos colombianos; sienten que poco aporta al sabor del plato.
- Hay un encanto especial con el arroz con coco.

"Acá la mitad de la comida que a uno le sirven en un restaurante corriente es mitad del plato arroz blanco, para llenar y hacer bulto en el plato. Eso no me gusta"
Turista vacacional argentina. Cali

1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

Maíz

Aunque es común a toda América, los expertos destacan que Colombia es particularmente versátil en las formas, usos y preparaciones:



- ➔ Se usan muchas variedades de maíz.
- ➔ Está en comida de sal y de dulce.
- ➔ Se hacen muy variadas preparaciones : cocidos (como los bollos), fritos (como los buñuelos), asados (como las arepas), entre otros.
- ➔ Se usa en platos fuertes, “entre comidas”, sopas (mazamorra chiquita), y bebidas (masato, mazamorra, champús).
- ➔ También tiene un lugar importante en las comidas rápidas.

Se destaca la gran variedad de productos a base de maíz en Antioquia y el eje cafetero.

- Los turistas, especialmente los que han permanecido más tiempo en el país, destacan la versatilidad particular de Colombia alrededor de las preparaciones a base de maíz.
- Se aprecia que las preparaciones a base de maíz tienden a ser más saludables.
- El reconocimiento del maíz como ingrediente básico y elemento central de la cultura está mucho más asociado a México y a los países centroamericanos (“gente de maíz”), que a Colombia.

Papa

- Tiene una presencia muy importante en los cocidos y sopas, (y en la papa frita, pero como un fenómeno de aculturación común a todo el mundo). Se valora la variedad de papas, entre las cuales la criolla tiene un lugar especial que se explicará más adelante.
- El cultivo y uso de la papa predomina en la zona andina del país.
- La versatilidad que se observa con el plátano y el maíz contrasta con la de la papa, que tiende a ser limitada.

- La papa es un ingrediente muy asociado a todos los países andinos, en especial Perú.

1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

Yuca

- Hace parte principalmente en los cocidos, aunque también es común en los fritos.
- Tiene una presencia muy importante en la Costa y en la Amazonía como acompañamiento, postres y “entre comidas” (como la carimañola), mientras que en el interior del país generalmente está en sancochos y sudados. En la panadería la harina de yuca también tiene un lugar importante.
- Se observa una evolución en las preparaciones con yuca que le han dado un lugar que no tenía en los restaurantes de manteles y cocina de autor.



“La yuca es igual de importante que el plátano o el maíz, pero son más desconocidas las preparaciones. Se conocen los pandeyucas, pandebonos, bollos de yuca, yuca sudada, frita y cocida.”
Gobierno. Cali.

Fríjol

Es un ingrediente fundamental en la dieta colombiana, protagonista de uno de los platos más reconocidos del país (la bandeja paisa y el plato de frijoles). Es protagonista en las regiones de Antioquia y el Eje Cafetero, aunque está presente en casi todas las regiones del país.



- Los turistas asocian el frijol como uno de los ingredientes siempre presentes en los platos típicos latinoamericanos.



1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

LAS FRUTAS

Producto clave en la gastronomía colombiana.



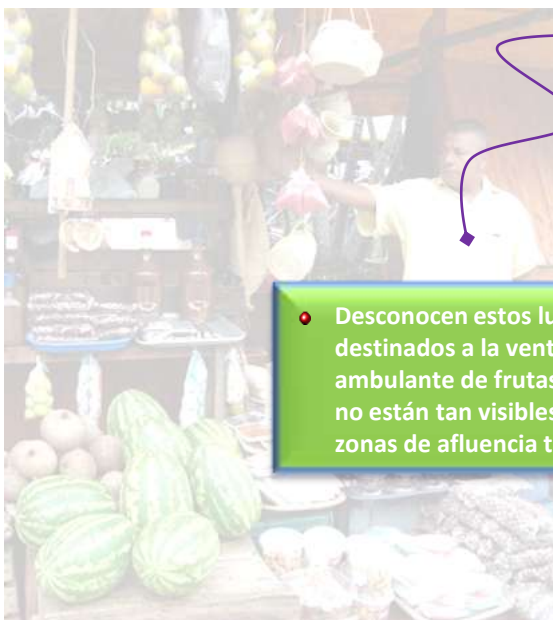
- Las frutas colombianas son un alimento cotidiano y fundamental; son indudablemente uno de los principales atractivos del país y deben tener un lugar predominante dentro de nuestra oferta gastronómica.

Dependiendo de la región y del clima hay un peso o una presencia distinta, pero en general siempre se encontrarán fácilmente algunas como el mango, el banano, la guayaba, la piña, la granadilla, la papaya, la sandía, la guanábana, entre otras.



- Se destacan en la preparación de jugos, helados, dulces, granizados, licores, cocteles y vinagres. Aunque en un lugar mucho más tímido, empiezan a hacer presencia en los platos fuertes.

Presencia



- Desconocen estos lugares destinados a la venta ambulante de frutas porque no están tan visibles en las zonas de afluencia turística

Tienen una destacada presencia en puestos de venta en la calle y en negocios diversos como heladerías y “fruterías” (en donde exclusivamente se venden frutas y sus preparaciones).

Además tienen una presencia notable en tiendas, autoservicios, plazas y otros negocios de abastecimiento.

En los restaurantes es destacable la presencia de las frutas en las ensaladas y barras de ensaladas.

1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

Las frutas



El potencial de las frutas está dado en aspectos como:

- El bajo precio.
- La posibilidad de conseguirlas muy fácilmente.
- Se cultivan ampliamente y están disponibles todo el año.
- Es un producto completamente acorde con las tendencias mundiales.
- Se ven como algo más propio de Colombia

"Somos un país "frutical", aquí puedes comer frutas de enero a enero, lo que no pasa en otros países. A los extranjeros eso les llama mucho la atención, yo creería que es lo que más les gusta de la comida colombiana."
Chef. Cali.



Percepciones de los turistas sobre las frutas:

Generalmente sorprenden y cautivan a los visitantes extranjeros que las perciben como deliciosas, abundantes y variadas (más que en otros países tropicales).

Encanta su gran variedad, sus sabores exóticos pero agradables; sus colores y formas.

También es notoria la relativa facilidad de adquirirlas y consumirlas y hay una potencialidad enorme en las preparaciones y productos que se hacen con ellas.

Los turistas se sorprenden particularmente en Colombia con frutas como la granadilla, la pitalla, la guayaba, el lulo, el maracuyá, la guanábana, la curaba, entre otras que consideran exóticas.

Hacen la crítica de cuántas cosas podríamos hacer con las frutas, llaman la atención por no involucrar las frutas a otras elaboraciones gastronómicas: postres, licores, bebidas

1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

Las frutas

El boom de algunas frutas en las nuevas cocinas



Hasta hoy, algunas frutas se perfilan como ingredientes de los platos fuertes y adquieren una importancia creciente en las nuevas propuestas gastronómicas. Acá caben frutas como la uchuva, el carambolo, el tamarindo, el mango, la galupa, el corozo (exaltado especialmente en el Caribe), el lulo, el borojó, el arazá, el copoazú, el mamey, entre otras. Observemos cómo se revaloran algunas de ellas:



Corozo

Esta fruta caribeña ha cosechado fanáticos internacionales por su frescura y sabor. Crece en las zonas cercanas al mar sobre la línea ecuatorial. Por su presencia en nuevas propuestas caribeñas en forma de jugos y salsas se vislumbra como un exponente de la exotividad de las frutas nacionales.

"Con el corozo puedes hacer cocteles tropicales, puedes hacer un dulce de corozo, puedes preparar una salsa para un plato, le puedes dar diferentes usos y se presta"

Chef. Cartagena

Uchuva

Es una de las frutas más exitosas en los mercados internacionales y en algunos restaurantes nacionales que han incorporado con éxito esta fruta en salsas y dulces.

"la uchuva se volvió una fruta internacional, y nosotros que a veces la hemos desperdiciado. Quiere estar en todos los platos, acompañando todas las carnes y pescados"

Chef. Medellín.

Mamey

El pie de mamey se ha vuelto uno de los postres predilectos en muchos restaurantes de alto nivel.

Copoazú y Arazá

De las frutas amazónicas el Copoazú y el Arazá por lo pronto han ganado un reconocimiento importante en helados, dulces, jugos, conservas, postres y cocteles, y están presentes en las nuevas propuestas gastronómicas y reconocidos restaurantes de la ciudad.

1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

El consumo de CÁRNICOS en Colombia se basa principalmente en:

- Res
- Cerdo
- Pollo
- Pescado

Res

RECUADRO
Cambios en el consumo per cápita de carnes en Colombia
(kilogramos por año)

| Carne | 2004 | 2007 |
|-------|-------|------|
| Res | 21-22 | 17 |
| Pollo | 15-16 | 21 |
| Cerdo | 3 | 4.5 |

| Carne | 80s | 2000 |
|---------|-----|------|
| Pescado | 3.4 | 6.4 |

- Datos de Res, pollo y cerdo tomados de la revista Portafolio.
- Datos de Pescado tomados de Revista La Barra.

El predominio histórico de la carne de res se debe a la abundancia y desarrollo de las razas de ganado vacuno en el país facilitado, entre otras cosas, por:



- Las condiciones socio históricas del país, que han propiciado que se desarrollen amplias zonas de ganadería extensiva.
- Para los campesinos es una muy buena alternativa el ganado doble-propósito.

Cortes delgados y muy asada

El gusto por la carne en Colombia no ha favorecido **los cortes gruesos**, lo cual es señalado siempre por expertos y turistas; algunos lo perciben como una desventaja.

Además de los cortes delgados, hay una preferencia por la carne muy asada, costumbre heredada de nuestra cocina campesina.

Se consume más pollo que res

No obstante su importancia, el consumo de carne de res ha disminuido, cayendo de 21-22 kilogramos per cápita en 2004 a 17 kilogramos al cierre del 2007, mientras que el de pollo pasó de 15-16 a 21 kilogramos en el mismo periodo.

Aunque la carne de res está presente en muchos platos, hay buen abastecimiento y es de buena calidad. No hay un plato fuerte exclusivamente de carne que tenga un reconocimiento importante a nivel nacional, a excepción de casos aislados como la llanera y la sobrebarriga.

Esa alta presencia de la carne se hace evidente en los incontables restaurantes tipo asaderos.

- Por lo general los turistas prefieren las carnes asadas, y manifiestan más confianza por la de res y por el pollo.
- Ven como algo negativo, que la carne sea tan asada.

1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

Cerdo

Presente en los principales platos

A diferencia de la res, el cerdo sí está más presente en los platos fundamentales de la comida colombiana, como la bandeja paisa y la lechona tolimense entre otros. Además, a nivel más popular hay un alto consumo del cerdo en fritos de sitios callejeros y también son apreciadas sus vísceras.

"Acá se le saca todo el jugo al cerdo, con chicharrón, marranadas, lechonas, el cañón de cerdo, lomo de cerdo, y todas las frituras que venden en la calle".
Turista nacional. Medellín.



Tradicionalmente ha sido considerado una carne menos saludable, aunque en los últimos años se ha superado un poco esta percepción.

- En ocasiones su consumo se inhibe, tanto entre los extranjeros como entre la gente local, por temores alrededor de las condiciones higiénicas, o por considerarse menos saludable que otras carnes; aunque en los últimos años se ha superado un poco esta percepción.

El consumo de cerdo es muy bajo en comparación con el de otros países latinoamericanos (4.5 kg por persona por año en 2007, frente a 18- 20 kg en promedio de América Latina. En Antioquia, el departamento con mayor consumo de cerdo del país, el consumo per cápita es de 10 kilogramos por año). Se trata de un mercado creciente con un interesante potencial.

Pollo

El pollo o la gallina están presentes en algunos platos típicos muy importantes como el ajiaco y los sancochos.

El rápido incremento del consumo de pollo en Colombia se explica por diversas razones como:

- El boom de las comidas rápidas, alrededor de lo cual aparecen nuevas situaciones de consumo
- El bajo precio (por su producción a escala).
- Las facilidades en la preparación.
- El imaginario de que es liviano y saludable.
- Genera confianza en el comensal .

El fenómeno del pollo

El pollo es hoy en día la carne de más consumo en Colombia, pasando de 15-16 kg per cápita en 2004 a 21 kg en 2007. (Hace 15 años el consumo anual de pollo era de tan solo 7 kg).

- El pollo genera más confianza entre los turistas.
- La presencia de la piel en algunos platos colombianos genera cierto desconcierto.

1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

Pescado

- El consumo de pescado ha venido creciendo en los últimos años, entre otras cosas porque se percibe como una carne más saludable.
- Se prefieren pescados como el pargo rojo y el bocachico. Son también comunes la tilapia, la cachama, la trucha y la sierra entre otros.

El pargo rojo es llamado "el rey del Caribe", y es el más apetecido en el típico costeño, mientras que el bocachico, por problemas de contaminación en los ríos y por su alta demanda, está en peligro de extinción, razón por la cual se ha sustituido por el bocachico argentino, llamado sábalo.

- Es ampliamente predominante el consumo del camarón frente a otros mariscos. Cada vez hacen más presencia los calamares, pulpos, langostinos, entre otros. Los mariscos han encontrado un lugar muy amplio en las mesas que trasciende los tradicionales ceviches con salsa de tomate

- El pescado resulta muy atractivo, especialmente para los turistas internacionales, que llegan a Colombia con una gran expectativa frente a los pescados y los mariscos. Además hay una creciente aceptación de estos productos por tendencias internacionales como lo saludable.

El consumo de pescado en Colombia pasó de 3.4 kilogramos per cápita en la década de los 80 a 6.4 kg a comienzos del 2000. (Sigue estando por debajo del promedio latinoamericano, de 9 kg per cápita).



1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

Pescado



Hay unas condiciones naturales que hacen que la oferta de pescados y mariscos sea limitada en comparación con la abundancia que hay en Chile y Perú. Sin embargo, no puede despreciarse que la fortuna de tener dos océanos contrarresta, al menos parcialmente, esas limitaciones naturales.

Algunos problemas puntuales son:

- Es común que se acapare el pescado que se pesca en las temporadas de subienda.
- Las prácticas indiscriminadas de pesca, la sobreexplotación y los problemas de contaminación.
- No hay un manejo adecuado en la cadena de frío, que se complica con las dificultades de infraestructura y transporte.
- No se cumplen los estándares de manejo, higiene y calidad.
- Por estas mismas razones el pescado ha sido tradicionalmente un producto costoso.

"Del pescado, acá no hay manera de pensar en eso, es poco el futuro. Arrasamos con la riqueza del Caribe, con los manglares, con todos los ecosistemas marinos, por la pesca ilegal del Pacífico, la contaminación de los ríos, nuestros peces están en el libro rojo de extinciones"
Chef. Medellín.



Llama la atención que en la Costa Atlántica la mayoría de los restaurantes a manteles de alto nivel deben utilizar proveedores de Bogotá, puesto que la oferta local no cumple con las normas y estándares de calidad e higiene.



1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

Ahora miraremos los
CONDIMENTOS

- 1. Los aliños
- 2. Guisos
- 3. Ajíes, encurtidos, aceites y vinagres artesanales.



1. Los aliños

Tomate

Es junto a la cebolla el elemento básico del guiso criollo (hogao). Para algunos expertos es el ingrediente básico de la cocina colombiana, por su presencia en todo el país. Además de guisos, está presente en ensaladas.

Cebolla

Es el otro elemento básico y distintivo de la sazón colombiana, presente en guisos, sopas, carnes, etc. En el hogao, se prefiere la cebolla larga o junca.

Cilantro

El cilantro tiene un uso muy intensivo en Colombia, lo cual sorprende incluso a algunos visitantes, porque es un saborizante muy notorio que puede a veces opacar o suprimir otros sabores.

Ajo

Es condimento y base fundamental de salsas y comidas, con una presencia muy marcada en las regiones sabaneras.



- Para el turista extranjero es particularmente difícil la presencia del cilantro y el predominio de su sabor en casi todos los platos.

"Acá en Colombia yo no sabía qué era lo que no nos gustaba, hasta que dimos con esa especie, el cilantro. Yo tenía amigos que comían ajíaco, que comían de todo y que decían que no podían con el cilantro."

Turista vacacional español. Bogotá.

"Las sopas son ricas pero todas saben a lo mismo: a cebolla y a cilantro.."

Turista estadounidense.
Medellín.



Pigmalion

1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas



2. Guisos

Hogao

Es el guiso criollo

Es la salsa base que caracteriza la sazón de la cocina colombiana, presente en todas las regiones.

Es una salsa generalmente sofrita en aceite, diferente al picadillo típico de otros países, que es crudo.

Hay algunas variaciones regionales, como el uso de ajíes, variedades de cebolla, pimentón y especias como pimienta y orégano.

Aliños licuados

Son los aliños caseros

Es un condimento muy importante porque hace predominio en las cocinas caseras y populares. Es una mezcla cruda (molido o licuado) de cebolla, ajo, tomate, con ciertas variaciones regionales, que caracteriza mucho la sazón de la comida colombiana, pero que curiosamente no es exaltado por los expertos y turistas

Fondos

Caldos de sustancia

Aparte de las anteriores bases, se usan también huesos, y ciertas carnes para darle la sustancia a los caldos.

Industriales

Condimentos industriales

También hay una presencia importante de condimentos industriales (que tampoco suele ser exaltada por expertos) como el trigisar, el color, la sal de ajo, los caldos de gallina, etc.

"A mí por ejemplo me parece muy atractivo el hogao, esa salsa que ustedes le echan a todo, porque la mezcla de cebolla, tomate y cilantro existe en muchas partes pero sin cocinar, como un pico de gallo, pero acá es cocinado".

Turista de trabajo alemán. Medellín

1. Ingredientes

1.1 Los protagonistas

3. Ajíes, encurtidos, aceites y vinagres artesanales.



Los ajíes son muy frecuentes en todo tipo de mesas, pero la presencia de encurtidos, aceites y vinagres artesanales tiende a ser ocasional, así sean muy valorados por los expertos.

Pros y contras



El hecho de ser de origen popular y de tener técnicas muy artesanales de preparación los hace muy especiales y apreciados, hasta el punto que algunos restaurantes de alto nivel se interesan por incluirlos en sus menús.



Sin embargo, justamente por ser tan artesanales, hay problemas en la capacidad productiva, en el manejo de los envases, en las condiciones higiénicas y en los procedimientos de refrigeración, impidiendo la estandarización de estos productos.

“Las preparaciones de tipo encurtidos y ajíes están muy en las manos de algunas portadoras de tradición que no son muy visibles y sus métodos de preparación son muy artesanales. Como el vino de la icotea”

Chef. Bogotá



Pigmalion

1. Ingredientes

1.2 Siempre en la cocina, pero menos visibles

Estos ingredientes son muy importantes, pero no están presentes de manera destacada en los discursos de expertos, porque son más caseros o propios de la cocina popular como la papa criolla, el aguacate y la ahuyama, entre otras verduras.

Adicionalmente, hacemos una especial referencia a la panela, que también es un ingrediente fundamental y característico de la cocina colombiana.

Papa Criolla

Además de tener un lugar en la comida nacional, tiene una importante presencia en las comidas callejeras, en las fritangas o simplemente como pasabocas.



Aciertos

Recientemente ha venido incursionando como ingrediente de platos o como guarnición en las propuestas vanguardistas y restaurantes a mantel. Se destacan entre sus propiedades la versatilidad para sus preparaciones y su textura suave.

Aguacate

Aunque es una fruta, su lugar en Colombia es como acompañante de los platos de sal, incluyendo algunos platos icónicos como el ajiaco y el sancocho.



Aciertos

- ▶ Es muy apreciado por los turistas extranjeros, particularmente por los europeos, pues en sus mercados y abastecimientos es un producto costoso y exclusivo.
- ▶ El aguacate es un ingrediente particularmente poderoso por ser exótico, porque balancea los platos y puede sustituir harinas, y porque ofrece posibilidades lúdicas al consumirse con otros platos.

A pesar de la presencia tan atractiva del aguacate, algunos turistas extrañan que no tenga los usos comunes a otras frutas como jugo, helados, dulces, etc.

1. Ingredientes

1.2 Siempre en la cocina, pero menos visibles

Ahuyama

- ➡ Es un ingrediente que ha estado presente tradicionalmente en las cocinas populares, muy estimado por sus propiedades alimenticias y su bajo costo.
- ➡ Está siendo revalorado, haciendo presencia en platos y ofertas más sofisticados. Un referente directo de su éxito tiene lugar en la nueva cocina peruana donde hoy, por ejemplo, es utilizada en restaurantes como Astrid y Gastón.

“La ahuyama es maravillosa, se puede llevar a la cocina dulce y a la cocina de sal, tiene un color simplemente especial y muy alegre”.
Chef. Cartagena.



Otras verduras

No se pueden dejar de lado otras verduras que están presentes en las dietas cotidianas, sin llegar a ser protagonistas.

Lechuga

Zanahoria

Repollo

Col

Habichuela

Remolacha

Granos

Arveja

Lenteja

Garbanzo

Panela



Curiosamente **no se nombra tan espontáneamente** por parte de los expertos y los públicos estudiados, pero es sin duda uno de los grandes ingredientes que caracteriza plenamente las cocinas colombianas.

Su uso más reconocido es como bebida (aguapanela), la cual a su vez es la base de otras bebidas como el chocolate, el café, las aguas aromáticas y algunos licores.

Como endulzante tiene un lugar a la par con el azúcar y es un ingrediente fundamental de muchos dulces, postres y confites. También hace presencia en platos, “entre comidas” y productos de panadería.



1. Ingredientes

1.3 Ingredientes muy regionales

En este grupo se analizarán aquellos ingredientes fundamentales en las cocinas regionales, pero que no suelen ser muy reconocidos en el resto del país, tales como el coco y el ñame en el Caribe, el chontaduro en el Pacífico, tubérculos como los ullucos en la región cundiboyacense, la masa de pipián en Popayán, el chivo en Santander y la Guajira, la achira en Huila y Tolima, la yuca brava en el Amazonas y el Caribe, etc.

Este tipo de ingredientes se van a resaltar en el capítulo siguiente, en donde se da una mirada a cada una de las regiones.

Dentro de este grupo de ingredientes también hay algunos que sólo se identifican porque son fundamentales en un plato típico regional, pero no hacen presencia en otros platos reconocidos. Ejemplos de esto son la guasca en el ajiaco y el bleo en el mote de queso, el poleo en la morcilla y la lisa en el arroz de lisa.



1. Ingredientes

1.4 Ingredientes con pocas posibilidades

Estos son productos que aparecen reseñados en la literatura gastronómica o que son mencionados con entusiasmo por algunos chefs y expertos, bien porque los han estudiado y creen que tienen un valor especial, o porque consideran que tienen una importancia histórica que vale la pena rescatar.



Sin embargo, la mayoría de estos productos aún no son visibles en la realidad nacional, ni hacen una presencia significativa en los restaurantes, y mucho menos en el público extranjero.

Ejemplos de estos productos son:

Fruto del árbol de pan

Algarrobo

Cañafístola

Madroño

Icotea

Iguana

Animales de monte



Aunque podrían ser muy interesantes, hay múltiples limitaciones que impiden que estos ingredientes se lleven a buen término en los restaurantes, tales como:

- Dificultades en la capacidad productiva (no hay cultivos o criaderos de tales productos).
- Técnicas de producción muy artesanales, no acordes a los estándares del sector.
- Problemas de logística para el transporte y abastecimiento.
- Problemas en las condiciones higiénicas y en las técnicas de manipulación y refrigeración.
- Dificultades en el aspecto o en la presentación.

En el caso de productos como la icotea, la guagua, la iguana, y otras tortugas y animales de monte, hay dificultades adicionales como:

- Limitaciones por la protección de la especie
- Vedas de caza
- Percepciones culturales.



1. Ingredientes

1.4 Ingredientes con pocas posibilidades de internacionalizar

En el caso de muchos de estos productos, aun teniendo las posibilidades de producción, no habría un mercado suficiente como para embarcarse en un proyecto agroindustrial. También es común el caso contrario, en que el producto sí podría tener un mercado suficientemente amplio, pero sus condiciones naturales u otro tipo de limitaciones no permiten una producción industrial.



Esto no implica que deban descartarse, pero sí que habría que tener plena consciencia de que la comercialización de estos productos implicaría un proceso largo y dispendioso.

“las tortugas han sido parte de la cocina indígena y de la gastronomía ancestral por tanto tiempo que, estén o no en peligro, se seguirán comiendo”.
Anthony Bourdain. Sin Reservas



La icotea: una deliciosa tortuga en peligro de extinción

La icotea es una pequeña tortuga endémica de Colombia que habita especialmente en las zonas cenagosas del río Magdalena. Hoy en día en Colombia se encuentra en serio peligro de extinción y su comercialización es ilegal. Sin embargo, ha sido un alimento tradicional y uno de los platos típicos de la Costa Atlántica, especialmente en cuaresma. A pesar de estar en peligro de extinción, continúa siendo uno de los platos más apetecidos y más exclusivos de la región. Algo similar ocurre con la iguana y el morrocoyo en el Cesar.



“Porque tú podrías trabajar perfectamente el que las icoteas se incluyan en una estrategia o la definición de un plan que permita la preservación de muchos de nuestros productos a partir de la misma artesanía de alimentos”.

Investigadora. Cartagena.



También en esta categoría hay algunos aceites, conservas y ajíes, cuyas preparaciones están muy en las manos de algunas portadoras de tradición que no son muy visibles y sus métodos de preparación son muy artesanales.



2. Platos colombianos

2. Platos colombianos

A continuación haremos un recorrido por los platos nacionales que son protagonistas en la cocina colombiana.

En cada uno de los platos evaluaremos algunos aspectos de su lugar en la cultura, su presencia en los diferentes tipos de restaurantes y regiones del país, su nivel de reconocimiento, ventajas, desventajas, oportunidades para el turismo y aporte a la gastronomía nacional.



Este análisis está muy pensado desde las posibilidades comerciales de los diferentes platos, especialmente para el turista internacional, y el propósito no es hacer un inventario de todos los platos.

Para hacer un análisis más claro, separamos este subcapítulo en tres partes:

2.1 Las preparaciones

2.2 Los platos de almuerzo y comida

2.3 Los platos de desayuno



2. Platos colombianos



2.1 Las preparaciones

Si bien hay muchas formas de preparación en la cocina colombiana, en este apartado se nombran las que se reconocen como más propias y comunes.

Predominan los hervidos y los fritos



De acuerdo con lo analizado en el estudio **los hervidos (cocidos) y los fritos** son predominantes en la cocina colombiana.

Aunque los asados prevalecen en determinadas regiones, no es la preparación que más caracteriza la comida colombiana. En menor medida están los horneados, visibles especialmente en la panadería.



"Cualquier extranjero creería que la comida colombiana es arroz blanco, pues está en todos los platos colombianos".

Turista nacional. Medellín



2. Platos colombianos

2.1 Las preparaciones

Hervidos

Sopas

Arroces

Estofados

Envueltos

Las sopas han hecho parte importante de la identidad de la gastronomía colombiana por diferentes razones, entre ellas:

Desde la tradición campesina, las sopas permitían optimizar el uso los recursos, aprovechando de una forma práctica los ingredientes.

Una olla simplifica la preparación: exige menos utensilios y logística que varias preparaciones simultáneas en la cocina.



“Tenemos en toda la geografía colombiana guisos, sancochos y sopas. Luego están los fritos. Yo pienso que es la sopa lo que caracteriza nuestra cocina. Es marcada la presencia de sopas y cocidos, el sancocho, ajiaco, sudado, que son los guisos, son cocidos, los frijoles son cocidos, que es un mondongo, un cocido, son cocciones “
Chef. Bogotá.



Algunas sopas son platos principales

Algunas de estas sopas se constituyen en sí mismas como platos principales, tal como sucede con el ajiaco y el sancocho, dos de los grandes platos nacionales, además de otras sopas más regionales como el mote de queso, el mute, el puchero, el cuchuco, la mazamorra chiquita, el mondongo, entre otros.



2. Platos colombianos

2.1 Las preparaciones

Hervidos

Sopas

Arroces

Estofados

Envueltos

Las sopas que son complemento

Hay otras sopas que se constituyen como complemento del menú diario, por lo general más livianas y simples, como por ejemplo la sopa de legumbres, de guineo, de plátano, de papa, etc.

La tradición de la sopa como parte del menú cotidiano (sopa y seco) tiende a romperse por varios fenómenos de aculturación. Esto se observa en algunos restaurantes y sitios de comidas rápida. De otro lado, el gusto por la sopa ya no está tan presente en las nuevas generaciones, que en muchos casos prescinden de ésta.



- En general son ampliamente valoradas y apreciadas entre los turistas.
- Algunos sienten cierta extrañeza frente al consumo de sopa en climas húmedos y cálidos. Sin embargo esto no necesariamente inhibe su consumo.
- Los turistas resaltan y valoran el hecho de ser una comida casera y saludable.

“Me sorprende mucho que se tome tanta sopa, porque yo la asocio con el frío, con el invierno. Por ejemplo en España, uno se comería esto frío, como un Gazpacho, que es la sopa típica del verano, pero nunca una sopa caliente, y mucho más con el clima que hay en Colombia... en el trópico y uno comiendo una sopa caliente”

Turista vacacional español. Medellín



2. Platos colombianos

2.1 Las preparaciones

Hervidos

Sopas

Arroces

Estofados

Envueltos

El arroz sobresale como parte de la guarnición de la mayoría de los platos colombianos, predominando el arroz seco blanco.



Preparaciones importantes con arroz:

- ★ **Arroz con coco:** es muy apreciado y considerado exótico.
- ★ **De lisa**
- ★ **Con Camarones**
- ★ **Con Chipi chipi**
- ★ **Con pollo**
- ★ Arroces mojados como el **atollado** del Valle y los apastelados de la Costa Atlántica tienen una presencia más regional.

Particularmente en las zonas costeras

- El arroz blanco no es apreciado, sienten que es un carbohidrato más, en una comida ya excesivamente cargada de harinas

Sopas

Arroces

Estofados

Envueltos

- En Colombia preparaciones como los sudados, viudos, guisos (u otros nombres regionales como encocados) giran alrededor de una carne (res, cerdo, pollo, pescado), acompañados generalmente por tubérculos como yuca, papa y algunas verduras.
- Estos platos tienen un lugar importante sobretodo en la cocina casera y en los restaurantes corrientes. Pocas veces se ofrecen en restaurantes típicos regionales y casi nunca en los de manteles.
- Favorece los cortes de carnes más duras y más fibrosas, que suelen ser las más económicas en el mercado, de ahí el carácter popular de la preparación.

El estofado o sudado, siendo tan común, no es la preparación con la que más se identifica a la comida colombiana.

2. Platos colombianos

2.1 Las preparaciones

Hervidos

Sopas

Arroces

Estofados

Envueltos

Se destaca el tamal (en el que se ahondará más adelante) porque se configura como un plato indispensable y protagonista de la identidad gastronómica colombiana. También hay otro tipo de envueltos como los bollos.

Este método de cocción está apareciendo (con modificaciones) en restaurantes de vanguardia y cocinas de autor.

- Consideran los envueltos como una preparación muy exótica.
- Para los turistas el envuelto es un referente del legado de la tradición indígena y de técnicas culinarias ancestrales.
- En general, lo sienten saludable.
- El hecho de ser envuelto en hojas es bien recibido y genera una experiencia de sorpresa.

Fritos

- Este tipo de preparación predomina en la comida callejera, comida rápida, “entre comidas” y algunos productos de panadería.
- Es una preparación mucho más popular y casera, pero también está presente en los restaurantes típicos y en algunos restaurantes casuales y a manteles, estos últimos con un manejo mucho más cuidadoso de los aceites y frituras.

- El turista nacional tiene un gusto cultural fuertemente arraigado por las frituras.
- A los turistas internacionales en cambio, les impacta la cantidad de productos fritos en la comida colombiana. Algunos (sobre todo latinoamericanos) les gusta, otros simplemente lo disfrutan moderadamente.

Dificultades

- Van en contra de la tendencia de las comidas light y saludables.
- Expertos y turistas critican la reiterada presencia de fritos (y harinas) en un mismo plato, como el pescado frito con patacón y arroz.
- Algunos expertos dicen que determinados productos se malogran al freír, perdiendo sabor y textura.

2. Platos colombianos

2.1 Las preparaciones

Horneados

Por lo general, la mayoría de horneados son productos de panadería que se consumen al desayuno o como “entre comidas”. En los platos horneados se destaca la lechona tolimense (de la que se hablará más adelante).

Les llama la atención la variedad de productos de panadería, sobretodo a turistas de países vecinos como Ecuador, Perú y Venezuela. En Ecuador por ejemplo, las panaderías colombianas tienen un éxito rotundo.



Asados

El asado no se ve como la forma de preparación más representativa de la comida colombiana. Sin embargo, productos tan importantes como la arepa son preparados de esta forma.

También encontramos que gran parte de la oferta de los restaurantes del país se constituyen como “asaderos”, pero no necesariamente son de comida colombiana.

Los asados de carne más típicos son las carnes a la llanera.

Sí hay unos cortes predominantes para asar que se asumen como característicos del país, así no estén en el pedestal de los grandes platos colombianos, como la punta de anca, la presentación local del solomito, el churrasco o la pierna de cerdo.

“En cuanto a los asados uno los ve en muchas partes, que Asados la 80, hasta en los Rancheritos, pero eso no es colombiano, el turista podría creerlo porque los ven mucho, pero eso es más como argentino”
Turista nacional. Medellín

- Los turistas internacionales tienen más confianza en este tipo de preparaciones, sobretodo en carnes con cortes más internacionales como el lomo.
- En general tienen una buena percepción de la carne colombiana.

2. Platos colombianos

2.1 Las preparaciones

Oreado-ahumado

Son técnicas muy tradicionales asociadas a la necesidad de la conservación de las carnes que han logrado ser platos apetecidos en algunas regiones, tales como la carne oreada en Santander, la carne salada de la Costa, las carnes ahumadas en el Pacífico y el chivo en cecina de la Guajira.

Este tipo de preparación está presente en restaurantes regionales, por lo cual casi no llegan al conocimiento del turista nacional, y mucho menos al internacional.



“En la Guajira por ejemplo, el chivo o el cabrito se consume en cecina, que primero la ponen a secar y luego es ahumada sobre un fogón casero”
Investigador. Cali.

Otras formas más ancestrales

En algunos reductos de población se conservan algunas costumbres ancestrales o preparaciones poco comunes como el pescado moquiado.

También tiene un lugar especial la carne salada de la costa, presente en dos platos regionales muy importantes como la viuda y el sancocho de “carne salá”.

Más recientemente se hacen preparaciones crudas en ceviches y pescados como resultado de un proceso de aculturación.

Carne salada

“Recibíamos los rollos de carne salada de las canoas del Sinú... y es una maravilla, una carne con aroma que salaban en los botes y las asoleaban, y cuando había luna también, la carne cecina, curada, es un prodigio”
Investigador. Bogotá.

Por su grado de elaboración, sentido ritual y exotismo, estas preparaciones no dejan de generar atracción entre los turistas.

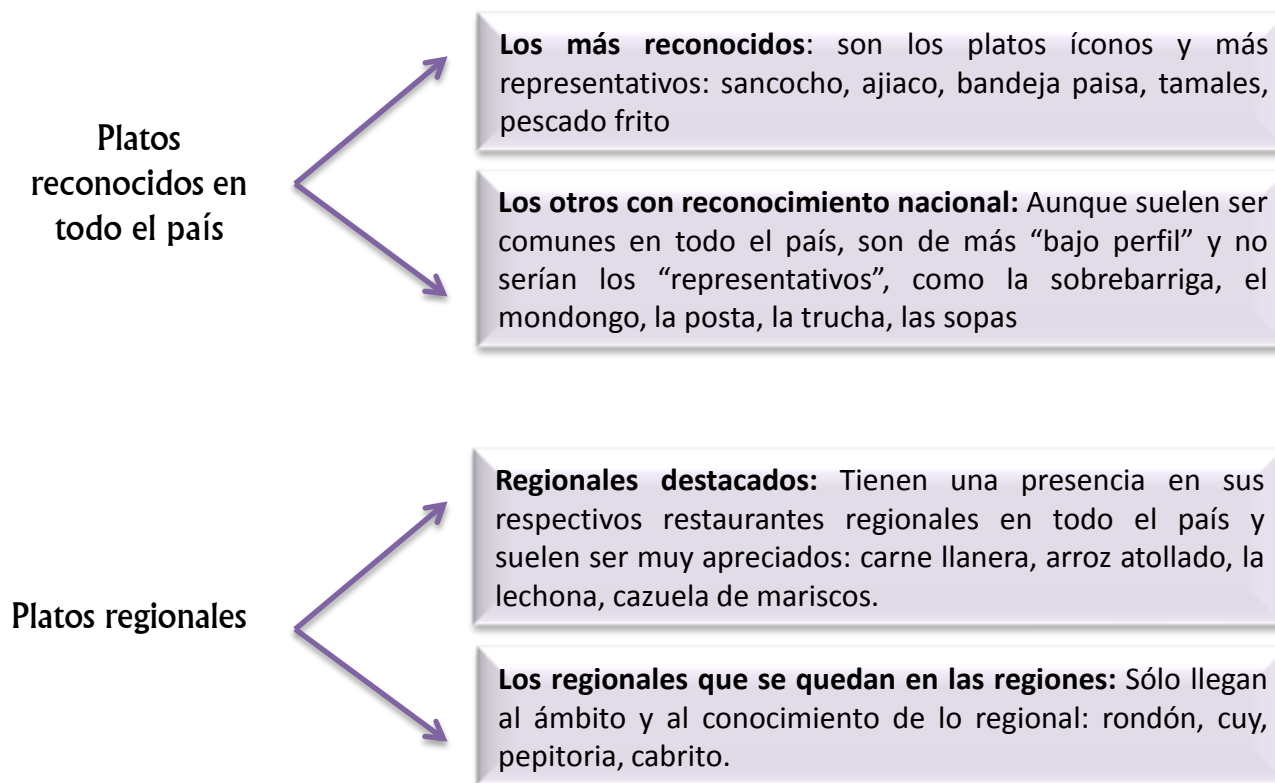
2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Entendiendo ya las formas de preparación usuales en Colombia, entramos a analizar los principales platos. Para esta tarea planteamos una clasificación de acuerdo con el reconocimiento y la presencia que tienen. Más adelante (capítulo III) evaluaremos sus posibilidades de representar al país internacionalmente.

No se hace una separación entre sopas y platos principales, puesto que algunas de nuestras sopas son de por sí platos fuertes.

Según los hallazgos de la investigación, los platos colombianos se subdividen en las siguientes categorías



2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Sancocho

Ajiaco

Bandeja paisa

Tamales

Pescado frito

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones



Sancocho

➔ A pesar de la gran variedad de formas y preparaciones, se caracteriza por tener tubérculos (plátano, papa, yuca), una o varias carnes y alguna verdura. Entre sus complementos habituales están el arroz blanco, el aguacate y la arepa.

➔ **Es un plato que convoca**

Es el plato de **congregación** social por excelencia, para ser preparado en grupo de manera ritual (estos rituales tendrán un apartado en el capítulo III).

Es típico en fincas, paseos de olla y otras celebraciones, para consumir durante la fiesta o al otro día como restaurador.



Símbolo de unión y cooperación: *"todos ponen algo y todos meten la mano"*.

Para muchos **es el plato nacional** porque está presente en todo el país en sus diferentes versiones.

2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

Sancocho

➔ Presencia en restaurantes

Se ofrece como un plato de ocasión o del menú de ciertos días (en sus diferentes versiones) en los restaurantes corrientes más populares .

Normalmente está presente en los restaurantes típicos regionales, pero a veces no se hace todos los días, ni está disponible todo el día (por todo lo que implica su preparación y especialmente su conservación).

➔ Pros y contras



- ➔ Para algunos tiene un fuerte posicionamiento como plato identitario de la gastronomía colombiana.
- ➔ El hecho de que haya tantas versiones se reconoce como algo positivo que simboliza la diversidad cultural y gastronómica del país.
- ➔ En algunas situaciones, su preparación y consumo está asociado a una experiencia ritual.



Algunos sancochos colombianos:

Sancocho santandereano, sancocho de gallina y de cola en el Valle, sancocho de carne serrana en el Pacífico, sancocho de chivo en el Cesar y la Guajira, sancocho de cachicamo en Amazonas, sancocho trifásico en Antioquia, sancocho de pataló y gallina en Huila y Tolima, sancocho de carne "salá" y de Sábalo o Bocachico y de Guandú en la Costa y riveras del Magdalena.

- ➔ Su presentación no es muy atractiva.
- ➔ La cantidad de carbohidratos que contiene.
- ➔ Se sirve en porciones abundantes y es engorroso de comer.

- La experiencia alrededor de su ritual de preparación y consumo es el mayor atractivo para el turista internacional.
- Para algunos turistas, el sancocho representa la materialización del espíritu colombiano, pues en él se ven reflejados la alegría, la fiesta y la diversidad, acorde con los imaginarios y expectativas que en ellos despierta el país.
- Aunque su sabor no es siempre percibido como algo excepcional, se destaca que conserva el sabor de cada uno de sus ingredientes.



2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

Ajiaco

Aunque es el plato más representativo del altiplano Cundiboyacense, ha ganado un lugar muy importante en todo el país. Es muy apreciado por la variedad de papas, el pollo, el maíz y el sabor único que le aporta la guasca.



Siempre está acompañado por crema de leche y alcaparras, y generalmente por aguacate y arroz.

El plato apreciado en todos los estratos

Para muchos, el ajiaco es el resultado del refinamiento de la sazón colombiana, con características de la cocina “gourmet” tales como la textura y el sabor particular que da la mezcla de ingredientes, entre ellos la crema de leche y las alcaparras.

El plato tiene un buen lugar en los estratos socioeconómicos más altos sin el prejuicio de ser un plato típico colombiano.

Presencia en restaurantes

En Bogotá hace presencia en todo tipo de restaurantes donde haya cocina colombiana. De hecho es el plato bandera de muchos restaurantes en la capital.

En el resto del país se encuentra en los restaurantes típicos regionales y en los restaurantes corrientes que varían el menú por días.

“El ajiaco tiene un sabor y una presentación tan delicada que se lo come desde un niño de un año hasta un anciano y no le va a hacer daño”.
Chef. San Andrés

“La gente siempre preguntaba qué día había ajiaco, y a la gente la fascina porque es suave, se ve agradable, es ligero y cae bien, entonces tuve que poner un día a la semana el ajiaco, y es todo un éxito”.
Restaurador. Armenia

2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Ajiaco

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

➔ Virtudes del ajiaco



- ◆ Es suave, saludable y relativamente liviano.
- ◆ Entre los platos colombianos más reconocidos, es uno de los pocos que puede “caer bien” en la noche.
- ◆ Tiene reconocimiento y presencia en todo el país.
- ◆ Es apreciado en todos los estratos sociales y está muy bien posicionado en los estratos socioeconómicos altos.



- ◆ Es el plato colombiano de mayor aceptación para el paladar internacional.
- ◆ Se percibe como un plato de sabor único, saludable y liviano.
- ◆ En las ocasiones en que se presenta con sus ingredientes por separado, la dinámica de ir incorporando ingredientes al plato genera una experiencia lúdica muy interesante.



Bandeja paisa

- ➔ Es la reunión de ingredientes propios de las cocinas antioqueñas y del eje cafetero tales como el frijol, el arroz, el chorizo, la morcilla y el chicharrón entre otros.
- ➔ Si bien sus diferentes componentes hacen parte de la cocina campesina antioqueña, la bandeja tal como se presenta en la actualidad parece ser una elaboración con fines comerciales más reciente, caracterizada por la exagerada presencia de productos en un mismo plato.



Es el plato típico de mayor consumo en el país.

2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

Bandeja paisa



"La bandeja paisa es por sí misma un menú de degustación, tienes un poco de todo, los frijolitos, los patacones, el arroz, las carnes, es un montón de cositas, es maravillosa".
Chef argentino. Barranquilla.



"Los frijoles con..."

Con distintos secos en donde predominan una o dos de las carnes de la bandeja, esta versión es mucho más cercana al típico antioqueño que se hace en las casas.

"La cazuela"

Es una creación más reciente que tiene una connotación más liviana y una amplia aceptación en las generaciones jóvenes.

Es más fácil de comer y estéticamente más atractiva.

Está llegando a restaurantes casuales y de mantel

Reinterpretaciones modernas de la bandeja

Alejada ya de su presentación original, aunque tratando de conservar los ingredientes y sabores, como es el caso de la bandeja paisa que propone "Leo Cocina y Cava".

Sin embargo hay quienes afirman que los diferentes intentos de reconstrucción de este plato afectan su identidad.

Presente a nivel nacional y hasta internacional

Por ser el plato que abandera una cultura muy penetrante e influyente en el país como la paisa, tiene presencia en todo el país, y en muchos restaurantes colombianos en el exterior.

La difusión de la bandeja paisa está relacionada con los procesos migratorios de los habitantes de la región, que se caracterizan por un fuerte arraigo a sus costumbres y tradiciones.



Es sinónimo de abundancia, y para algunos incluso de exageración.



Nombres

Hay muchos juegos alrededor del nombre de la bandeja tales como "típico montañero", "típico antioqueño", etc., en los que se juega con los tamaños de las porciones y con la presencia o ausencia de algunos ingredientes.

Versiones



Es interesante examinar las variaciones comunes de la bandeja, que permiten adecuarlas a gustos distintos:



Pigmalion

2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

Bandeja paisa



Presencia en restaurantes

En restaurantes corrientes normalmente hay bandeja (o una de sus variaciones) un día a la semana, aunque muchas veces se ofrece la opción de sopa de frijoles todos los días.

Obviamente está siempre en los restaurantes típicos regionales y en los restaurantes colombianos (“multi regionales”).

Es el plato con mayor presencia en el exterior, precisamente porque “en todas partes hay un paisa”.



Pros y contras

- ➔ Tiene muy amplia aceptación, y es el de mayor presencia en restaurantes.
- ➔ Es junto al ajiaco, el que más se conoce a nivel internacional.
- ➔ Es el que más se consume en el país.
- ➔ La posibilidad de mezclar y probar diversos sabores hacen de este plato un atractivo para muchos comensales.

- ➔ La bandeja en su versión tradicional es un plato pesado, abundante y excesivo:
 - * Reiteración de carbohidratos
 - * Presencia de fritos
 - * Los frijoles en sí mismos, son difíciles de digerir.
- ➔ La abundancia de las porciones
- ➔ Los frijoles son el plato típico de muchos países latinoamericanos.

“La bandeja paisa es rica, pero nunca podría terminarla, si lo hiciera no podría comer por dos días!”
Turista vacacional coreano. Medellín.

Los turistas son mucho más sensibles frente a los aspectos problemáticos de la bandeja mencionados en las desventajas:

- Es un plato muy pesado, y más para ellos que no están acostumbrados a consumirlo.
- Con frecuencia la abundancia de sus porciones les parece inaudita, lo que se convierte en un inhibidor inmediato para pedir el plato.
- Algunos, especialmente mochileros, se sienten un poco cansados de los frijoles, pues están presentes en todos los países latinoamericanos, aunque destacan las particularidades de la bandeja.

2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

Tamal

Este envuelto es el plato colombiano en donde el maíz es el protagonista (aunque excepcionalmente es construido con arroz).

→ Exotismo y riqueza cultural

Es un **símbolo de nuestra riqueza y diversidad** cultural y gastronómica, está presente en muchas regiones del país.

Es el plato más reconocido como referente o **legado de la cocina indígena.**



Envoltura

La hoja en que se envuelve cumple múltiples propósitos: para portar, hacer las veces de plato, sellar la humedad y darle sabor.

La naturaleza de su envoltura lo hace exótico y remite a una situación de consumo campestre o rural.

→ Presencia en restaurantes

Tiene una connotación popular, por lo que generalmente no llega a restaurantes de alto nivel, excepto como parte de ciertas propuestas contemporáneas de vanguardia, o en los bufetes de desayunos de hoteles en versiones pequeñas.

Está presente en tiendas, cafeterías, en muchos restaurantes de comida corriente, y en restaurantes típicos regionales.

Tal como sucede con el sancocho, por todo el país se pueden encontrar múltiples versiones del plato: tamal de resplandor y tamal valluno (Valle), tamal de pipián (Cauca), tamal de Nariño, tamal de Guapi y tamal de pescado (Pacífico), tamal del Huila, tamal bogotano, tamal tolimense, ayaca costeña y pastel de arroz (Costa), ayacos (Santander), tamal de piangua, etc.

"Estamos manejándolos muy mal porque le estamos dejando de poner gracia a la masa, que es utilizar los jugos de las carnes para agregarlas a esa masa y manejarles los ácidos y los picantes."
Chef. Bogotá.



2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

Tamal

➔ Pros y contras

- ➔ Es considerado como un plato completo y saludable.
- ➔ El sentido de sorpresa y regalo que evoca la experiencia de abrir el tamal, percibir los olores que desprende y descubrir lo que encierra.
- ➔ Es una comida pre-elaborada con posibilidades de suministro y conservación que permite su presencia en los restaurantes.
- ➔ Tiene la posibilidad de ofrecerse como un plato de comida "rápida".
- ➔ Permite diferentes posibilidades de tamaños y contenidos.
- ➔ Aunque la gente tiende a preferir los de su región, expertos y turistas nacionales destacan el tamal de pipián.



- ➔ Todavía hay resistencia en los restaurantes de más categoría para incluir el tamal dentro de su carta, pues tiene una connotación popular.
- ➔ La carne con la que se elabora el tamal a veces genera objeciones porque no es de un corte o de una calidad esperada.
- ➔ Para algunas personas la cantidad de masa puede volver monótono el consumo del plato.

"Me parece mentira que aquí todo el mundo diga que un tamal es "mañé" cuando yo voy a los mejores aeropuertos del mundo, como el de Tailandia y otros países asiáticos, y lo exhiben como si fuera la cosa más "wow".

Chef. Medellín

- La hoja y en general el concepto del envuelto se asocia con las tradiciones indígenas, lo cual resulta exótico y muy atractivo para los turistas extranjeros.
- Lo consideran una comida saludable.
- A veces no están familiarizados con "tanta" masa.
- A la mayoría les gusta, y a veces sugieren que tenga una mayor presencia y sofisticación.

2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

Pescado frito

→ Es el típico costeño

El plato completo se compone por un pescado frito, acompañado con arroz con coco, patacón y con frecuencia una ensalada muy básica.

El nombre de “pescado frito” no es necesariamente el que denomina el plato que describimos, pues a veces se le llama simplemente bandeja de pescado, o se le denomina con el nombre del pescado que contiene.



→ Pescado frito hace pensar en mar y playa

El “pescado frito” tiene un valor especial en tanto sus ingredientes evocan referentes muy caribes y colombianos.

La asociación de este plato con la costa Caribe es muy natural, pues la principal expectativa gastronómica cuando se viaja allí está alrededor de la comida de mar. Esto ocurre tanto con el turista extranjero como con el nacional.

“La gente del interior, cuando visita la costa, siempre tiene lo mismo en la cabeza: pescado, arroz con coco, patacón y arepa de huevo... son muy cerrados...no se abren a nuevos sabores”

Hotelero. Cartagena.



Aunque no caracterice precisamente al Pacífico y a San Andrés, desde el imaginario del turista nacional, se asume que también está representando estas zonas costeras.

→ Es muy común en los restaurantes de la costa

Es el plato típico en las playas colombianas. En el resto del país, aunque es un plato muy apreciado por los colombianos, normalmente se asume que hay que ir a un restaurante especializado en comida de mar.

En ciertas ocasiones, se tiene como un plato muy esporádico en los restaurantes de comida corriente. Es muy poco común como comida casera, especialmente por las dificultades de preparar un buen arroz con coco.

2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

Pescado frito

➔ Pros y contras

- Es un plato que los turistas nacionales y extranjeros asocian al descanso, a la playa, a las vacaciones.
- El pescado, especialmente cuando está fresco, actualmente tiene una sobrevaloración internacional porque está acorde con nuevas tendencias gastronómicas (es saludable y está en cocinas como la oriental).
- Este plato permite acercarse a la música, la alegría y la calidez propias de la cultura costeña.



El pescado frito tiene alguna resistencia, especialmente entre los extranjeros, que sienten que no tiene tanto gusto ni es muy saludable

➔ El infaltable arroz con coco

El arroz con coco tiene muy buena aceptación tanto entre los turistas nacionales como entre los internacionales. En general, se considera un buen acompañamiento para casi cualquier plato, tanto en la costa como en el interior.

El arroz con coco tiene una técnica compleja en su preparación, lo que dificulta que sea un plato más cotidiano en otras regiones del país.

"Los extranjeros no tienen ni idea de lo que es el arroz con coco y cuando ven la maravilla de color caramelo y que sabe a coco caramelizado quedan encantados"

Hotel. Cartagena.



- Este plato remite a un país costero, reforzando la idea de que Colombia es un país caribeño, lo cual resulta cercano a las expectativas del turista vacacional internacional.
- En general tiene buena aceptación. En la costa se destaca la frescura y el sabor del pescado y de los acompañantes, aunque a veces se critica el hecho de que tanto el pescado como el patacón son fritos.



2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con
reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se
quedan en las regiones

Sopas

Mondongo

Sobrebarriga

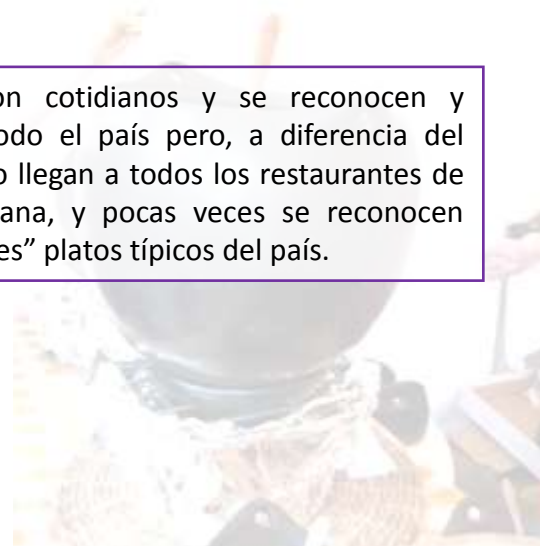
Posta

Picadas

Trucha

Otros

Estos platos son cotidianos y se reconocen y consumen en todo el país pero, a diferencia del primer grupo, no llegan a todos los restaurantes de comida colombiana, y pocas veces se reconocen como los “grandes” platos típicos del país.



Sopas en general



Muy comunes como entrada

Las sopas, infaltables en nuestra gastronomía, han logrado reconocimiento y presencia en todo el país como es el caso de la sopa de arroz, las sopas de legumbres, los consomés o caldos de menudencias, las lentejas, las cremas, la sopa de ahuyama, papa, verduras, fríjol, trigo, avena, arracacha, plátano y guineo entre otras.

Algunas que también son conocidas, se circunscriben más al ámbito de la oferta regional y serán mencionadas en las descripciones de las diferentes regiones.



2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

Mondongo



Plato de amores y de odios

También llamado sopa de mondongo o sancocho de mondongo, es muy típico en Antioquia, costa Caribe, Santander y la región cundiboyacense.

Es un plato que algunos consideran representativo del país, pero que genera un debate de amores y odios, puesto que la presencia de los callos no lo hace apetecible para todo el mundo, y en especial para las nuevas generaciones.

Los callos también hacen presencia en otros platos del mundo, pero no en una preparación en sopa, lo que se convierte en una particularidad del plato colombiano



Presencia en restaurantes

La sopa de mondongo está presente en varios departamentos del país, y con mayor fuerza en los restaurantes típicos antioqueños

Es un plato que se ofrece como una especialidad, a veces semanal y otras veces mucho más esporádica, dependiendo de la región del país.



Los amantes del mondongo destacan su textura y el sabor del caldo. Entre quienes no les gusta, es común el comentario de la textura, que se asocia a una toalla, y el olor fuerte que despiden durante su preparación.

"Algunos creen que el mondongo es uno de los platos típicos de Colombia, pero ese plato no creo que lo conozca todo el mundo, y tampoco creo que a los extranjeros les guste."
Hotelero. Armenia.



2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

Sobrebarriga

Hace unos años la sobrebarriga al horno con salsa criolla y papas chorreadas estaba muy en boga y era muy apetecida en todo el país. En los últimos años ha perdido aceptación, especialmente entre las nuevas generaciones.

El corte llama la atención

Algunos expertos resaltan que la virtud de la sobrebarriga colombiana es su suavidad, por ser un corte de los músculos abdominales de la res, que tiende a ser más duro que otros cortes, pues viene de una parte fuerte y muy ejercitada de la vaca.

Su alto contenido graso y su presentación puede generar inhibiciones.

Presencia en restaurantes

Es un plato ocasional en restaurantes de comida corriente o en restaurantes populares, y eventualmente se ofrece en la carta de los restaurantes típicos.



Aunque ha sido plato representativo de la región cundiboyacense, varias regiones lo asumen como propio..

MONDONGO Y SOBREBARRIGA:

- Es difícil que acepten el mondongo y la sobrebarriga. Algunos lo asocian con platos similares de sus países de origen.
- El mondongo en particular es un plato difícil para los extranjeros. Se asocia a los callos, que no son del gusto de todos, y a muchos les impacta la textura.
- En cuanto a la sobrebarriga, son pocos los turistas que han probado este plato, pero quienes lo hacen, resaltan la suavidad de la carne y el sabor del guiso.

Posta

Es un plato cotidiano

Respondiendo a los cortes fibrosos, la posta sudada se destaca como uno de los platos que hace más presencia en restaurantes corrientes y en la misma cocina cotidiana. Eventualmente se ofrece en los restaurantes típicos regionales.

La posta cartagenera

Hay preparaciones especiales como la posta cartagenera, (aunque también se hace con punta de anca, que en la costa se conoce como “punta gorda”), que a pesar de tener una alta valoración por los expertos, es difícil de encontrar en los restaurantes típicos regionales, incluso en la propia ciudad.

2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

Las Picadas

Un plato para compartir

Las picadas están muy asociadas a paseos, eventos masivos y celebraciones populares, por lo que son muy comunes para el turista nacional, como por ejemplo el asado huilense, las fritangas de Cundinamarca, la fritanga valluna, el mixto santandereano, entre otros.

Es común encontrar este plato en los restaurantes típicos y de carretera.

Predominan fritos y asados, carnes de cerdo, res y embutidos, acompañados de papa, yuca, plátano o arepa.

"A mí me gusta por ejemplo cuando venden picadas en los restaurantes, a veces uno no se decide qué quiere comer y la picada es la mejor opción"
Turista Nacional. Bogotá.



Trucha

Importancia en lugares turísticos

Aunque es pocas veces mencionada por los expertos, en los últimos años la trucha ha alcanzado un reconocimiento al convertirse en un atractivo en restaurantes que acogen turistas, como en el Eje Cafetero, Boyacá, Cundinamarca, Antioquia, entre otros.

En estos lugares hay una alta presencia de criaderos, hasta el punto que algunos lugares han alcanzado reconocimiento turístico por sus truchas.



Es uno de los pocos pescados que se acostumbra comer en preparaciones distintas al frito, como en cazuelas, al ajillo, al horno o en diversas salsas.

Otros platos

Otros platos que hacen presencia esporádica en las distintas regiones pero en una cocina más casera y corriente son:

- El muchacho
- La lengua
- Platos de arroces (con pollo, con cerdo)
- Guisos y sudados, entre otros.

2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones

Estos platos suelen ser muy apreciados a nivel nacional, pero su presencia casi siempre se limita a los restaurantes de cocina típica de sus regiones (por dentro y por fuera de su departamento).

Implican preparaciones muy dispendiosas y si se hacen en casa es para ocasiones muy especiales donde participa mucha gente.

Se dará una mirada a los ejemplos más representativos de este tipo de platos.



Carne llanera

➔ Lo particular de su preparación

Una preparación que aprovecha carnes tiernas (y en algunos casos cochinito) y que se ofrece en restaurantes muy especializados de cocina llanera.

Es una carne particularmente tierna y jugosa, y con un sabor muy especial por elementos como:

- ➔ La juventud de la ternera (que se sacrifica cuando aun mama de la vaca).
- ➔ Por las condiciones climáticas
- ➔ La presa que se inserta en una vara de arrayán o cedro, se mantiene a una distancia considerable de la hoguera para que no pierda sus jugos
- ➔ Únicamente se adoba con sal.



Su elaboración, preparación y servicio tiene un amplio contenido ritual. Es una preparación con mucho potencial, pues en los restaurantes hay un amplio despliegue del contexto cultural de la región, con elementos como la hoguera, la música, los caballos, la fiesta, etc.

2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Los regionales que se quedan en las regiones

Regionales destacados

Arroz Atollado

Este arroz asopado de consistencia húmeda y calduda hace presencia en restaurantes vallunos, pero tiene un reconocimiento todavía muy regional.

Para algunos expertos y turistas se asume como el risotto colombiano, y también tiene alguna similitud con la paella. Su preparación permite la versatilidad de hacerse con varios ingredientes.



Aunque se reconoce como un plato típico del Valle, es originario de las comunidades negras del Pacífico. También es típico de la costa Caribe, en donde se le llama arroz apastelado. También hay arroces asopados en otras regiones como el Tolima Grande y Antioquia, aunque con un menor reconocimiento.

Lechona

En el Tolima, su región de origen, tiene un lugar importante en las festividades y celebraciones.

Aunque es conocido nacionalmente, su dispendiosa preparación no lo hace tan cotidiano, y las dificultades alrededor de su presentación tampoco le han permitido llegar a los restaurantes de más alto nivel.

Su potencial es limitado por las nuevas tendencias de alimentación que alejan este plato de las nuevas generaciones.

Presencia en la oferta nacional

La lechona está presente en restaurantes típicos tolimeses y en algunos casos en restaurantes de cadena o comida callejera. Muy pocas veces llega a los grandes restaurantes de comida colombiana.

Como su preparación es tan dispendiosa, normalmente se ofrece solo en actividades masivas o festivas o en sitios de alta concurrencia.

2. Platos colombianos

2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Los regionales que se quedan en las regiones

Regionales destacados



Cazuela de mariscos

La cazuela tiene la posibilidad de ofrecer una mezcla de sabores del mar, pero hay una dificultad en asumirlo como uno de los platos auténticamente colombianos, por lo menos las versiones que aquí se preparan.

Aunque tiene una gran posibilidad turística, falta apropiarse del plato pues, antes que un plato colombiano, es considerado un plato internacional.

Percepciones de los turistas sobre los platos regionales:

Carne llanera

Arroz atollado

Lechona

Cazuela de mariscos o de pescado

- Estos platos tan regionales no son tan conocidos, pero a quienes los han probado normalmente les gustan.
- La carne a la llanera en particular le gusta mucho a los turistas nacionales e internacionales, tanto por la calidad de la carne como por la experiencia alrededor de la preparación.
- El arroz atollado, aunque no llega mucho a los extranjeros, es asociado inmediatamente con el risotto, y en este sentido es bien aceptado. Sin embargo hay dificultades en la estandarización del plato, pues a veces es muy seco y a veces muy mojado.
- La lechona es muy poco conocida entre los turistas internacionales, no solo por su limitada presencia, sino particularmente por su presentación.
- Los extranjeros llegan a Colombia, y en particular a la costa, con una gran expectativa frente a la cazuela de mariscos. aprovechan que para ellos, es barata en Colombia, y resaltan que en la costa se consiguen mariscos frescos y de muy buena calidad.

2. Platos colombianos

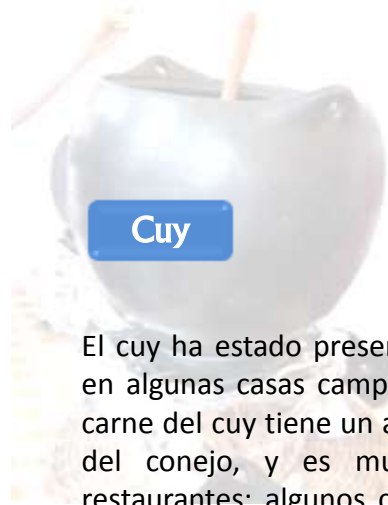
2.2 Los platos de almuerzo y comida

Los más reconocidos

Los otros platos con reconocimiento nacional

Regionales destacados

Los regionales que se quedan en las regiones



Cuy

El cuy ha estado presente tradicionalmente en algunas casas campesinas de Nariño. La carne del cuy tiene un aspecto parecido a la del conejo, y es muy cotizada en los restaurantes; algunos consideran que tiene un gran potencial gastronómico.

Pros y contras

- La crianza de cuyes se caracteriza por sus bajos costos de producción, pues el cuy tiene un ciclo reproductivo corto, es una especie herbívora de fácil de adaptación a diferentes ecosistemas y condiciones climáticas, y es versátil en su alimentación.
- La producción es básicamente con crianza familiar tradicional, con animales alimentados a partir de malezas y residuos de cosechas y de cocina.

- La crianza y manejos siguen siendo muy artesanales: hay muchos problemas como los bajos rendimientos productivos y reproductivos, el desconocimiento de normas elementales de manejo y carencia de planes sanitarios.
- Uno de los principales problemas es que su aspecto tiende a generar una impresión negativa

Aunque algunos expertos insisten en que tienen un reconocimiento nacional, desde el estudio se evidenció que solo llegan al ámbito y al conocimiento de lo regional. De hecho varios de estos platos, con frecuencia son difíciles de conseguir en los restaurantes de las propias regiones.

Un buen ejemplo de esto, son los siguientes platos:

Otros

Otros platos que también se quedan en el ámbito regional son:

El puchero santafereño, la mazamorra chiquita, el cocido, el cuchuco de trigo y el puchero en la región cundiboyacense.

La viuda de carne salá y el mote de queso en la región Caribe.

La pepitoria, el mute y el cabrito en Santander.

La chuleta de cerdo en Cali.

La sopa de carantanta en Popayán.

El pirarucú en Amazonas.

El rondón en San Andrés.

Las diferentes preparaciones de menudencias como asaduras, consomés, etc.

2. Platos colombianos

2.3 Los platos de desayuno

Aquí se hace referencia a los platos de desayuno tradicionales y altamente reconocidos en Colombia.

El desayuno tradicional colombiano se ha caracterizado por ser abundante y rico en proteínas y carbohidratos.

Entre los acompañamientos más reconocidos están las arepas en varias regiones, en otras el pan y en otras las yucas.



En los desayunos tradicionales colombianos son comunes los caldos, los calentados, arepas y panes, quesos, huevos, horneados y fritos, generalmente acompañados de café (con o sin leche), chocolate, y agua de panela. A continuación ampliaremos las más destacados:

Respondiendo a todas las influencias mundiales el desayuno cotidiano tiende a alivianarse y a incorporar frutas e ingredientes que no son típicamente colombianos como los cereales.

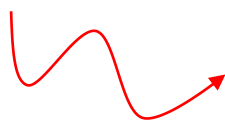
Se aclara que aquellos productos de “entre comidas” (panadería, fritos...) que pueden ser consumidos en el desayuno, se presentarán en el tema siguiente, pues son comidas que tienen múltiples momentos de consumo.

2. Platos colombianos

2.3 Los platos de desayuno

Calentado

En el calentado es muy común retomar las sobras y migas del día anterior y llevarlas al desayuno. Por lo general, este tipo de desayunos abundantes tienen una connotación más popular, están presentes en restaurantes corrientes (especialmente en carreteras) y típicos regionales. El más conocido es el de **frijoles, arroz y hogao**, con otros acompañantes (huevo, carne, chorizo, arepa).



Actualmente está incursionando como parte de los buffets de desayunos de los hoteles, teniendo una buena acogida por su semejanza con algunos desayunos populares de Latinoamérica.

Huevos

Los huevos están en la oferta de todo tipo de restaurantes, los más característicos colombianos son los revueltos con cebolla y tomate o con hogao. También es muy apreciado el tradicional “huevo en cacerola”.



“Aquí me sorprende que la gente esté viva, comen muchísimos huevos, no puedo entenderlo. Yo los como máximo tres veces a la semana y mi madre, aun así, me dice que no es saludable y no es porque ella sea la gran cocinera. Para mí es fascinante ver la gran cantidad de huevos que comen, algo así como 10 a la semana”.

Turista vacacional alemán. Cartagena



Caldos

En algunas regiones tienen una connotación muy campesina y popular. Los más comunes son los caldos de costilla, la changua y consomé de gallina, entre otros.

2. Platos colombianos

2.3 Los platos de desayuno

Arepas

Es la reina del desayuno colombiano así en otras regiones se acostumbre el pan o la yuca. Aunque se ofrece en todo el país, es infaltable en Antioquia y el eje cafetero.

Existen todo tipo de arepas en el país (blanca, amarilla, mote, choclo, maíz pelado, arepa de huevo, santandereana, boyacense).

La arepa de desayuno es acompañada normalmente de productos como el quesito, el queso, huevo o carne.



*"La arepa y el plátano en Colombia son como el pan en otros países, hacen parte de la mesa de cada día de cualquier colombiano, para mí es el producto bandera de Colombia, yo creo que de las cosas más añoradas para los que vivimos en el extranjero, es la arepa .
Turista nacional. Medellín.*

Frutas

Otro tipo de desayuno es aquel donde predominan las frutas. Se inserta en una corriente más saludable y dado el predominio de frutas tropicales se podría constituir como uno de los desayunos nacionales.

*"Cada que vengo aprovecho para comer frutas, me encanta el mango de Colombia y la piña que es siempre tan dulce, nosotros tenemos piña pero es dulce solo en temporadas, aquí encuentras las frutas más deliciosas todo el año!!".
Turista Trabajo brasilero. Bogotá.*

Chocolate con...

Es tradicional desayunar con una taza de chocolate acompañada de varios productos de panadería y de una rodaja de queso o quesito. Así suele ser el desayuno santafereño, aunque en otras regiones es muy común.



2. Platos colombianos

2.3 Los platos de desayuno

Del desayuno al “brunch”

Frente a la creciente oferta del desayuno tipo “brunch”, algunos restaurantes han incorporado ciertos elementos de la comida colombiana como arepas, chorizos, frutas y algunos productos de panadería.

“Ya mucha gente prefiere por ejemplo desayunar más tarde, bien cargado, ahí el calentado es muy buscado, y no solo para los turistas nacionales, a los extranjeros les gusta mucho también, sobre todo a los latinoamericanos”
Chef de hotel. Cali.

Turistas

- La expectativa del turista es encontrar claramente una oferta de productos colombianos en el desayuno de los hoteles. (Aunque ya se está ofreciendo, no es tan claro para ellos qué es colombiano y qué no lo es, porque les genera confusión).
- Los desayunos más tradicionales les generan curiosidad, pero suponen que pueden ser pesados y muy abundantes como para el comienzo del día.
- Valoran mucho los productos de panadería y algunos fritos como los buñuelos, las empanadas, las carimañolas y las arepas de huevo.
- Lo que definitivamente los emociona y cautiva son las frutas en sus diferentes formas.

Oferta en hoteles

En los hoteles normalmente se ofrece un buffet al desayuno. Además de los elementos del desayuno internacional, se ofrecen diversas frutas tropicales y están haciendo una presencia revalorada elementos del desayuno colombiano.

Preparaciones propias como los caldos, tamales, el calentado, fritos como empanadas y arepa de huevo, y productos de panadería como el pandebono y el pandeyuca, acompañados de un chocolate caliente.

Igualmente siempre se ofrecen bebidas acompañantes como el chocolate, el café y el jugo.





3. "Entre comidas"

3. "Entre comidas"

Es considerable la riqueza de productos de culinarios "pequeños", que no se pueden entender propiamente como platos fuertes, pero que están presentes por todas partes y son esenciales en la cotidianidad de los colombianos.

Estos productos son muy versátiles y tienen diferentes ocasiones de consumo durante el día: como pausa de trabajo, para recobrar energías, para socializar, como desayuno o incluso como plato de almuerzo y comida.

Para efectos del análisis los clasificaremos en cuatro grupos:

1. Platos pequeños rápidos (fritos y asados)

2. Pasabocas pequeños (galguerías, mecatos)

3. Panadería

4. Otras comidas rápidas

Se ven todo tipo de puestos en la calle, en plazas de mercado, tiendas, heladerías, cafeterías, panaderías y restaurantes (de comida corriente, principalmente).

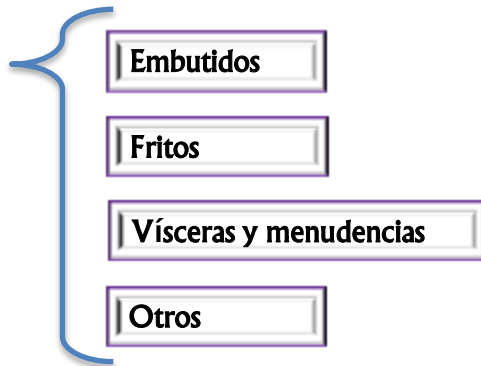


3. "Entre comidas"

1. Platos pequeños rápidos (fritos y asados)

De estos productos, se destacan particularmente las arepas, las empanadas, los chorizos y las morcillas. Los otros, aunque también son muy importantes, tienden a ser más regionales y generalmente se quedan en la comida de calle y en la comida popular.

Para abordar los los clasificaremos en los siguientes grupos:



Embutidos

Fritos

Vísceras y menudencias

Otros



Chorizo

Se asume como una comida rápida que (junto con el chuzo), compite con la hamburguesa y el perro caliente.

Se encuentra desde los puestos de comida en la calle hasta en los mejores restaurantes colombianos (es uno de esos productos omnipresentes).

Un producto industrializado

De los productos pequeños, el chorizo es uno de los que más se produce industrialmente para el consumo masivo.

- Está muy caracterizado por el lugar de origen de elaboración
- Es una comida rápida por excelencia
- Se puede hacer en muchas preparaciones: con cerveza, cítricos, coca-cola, etc.
- Hay cierta tendencia por preferir el chorizo asado en lugar de fritos.

Los turistas valoran que es un producto muy sazonado que esconde muchos sabores, favorecido también por el proceso de curado.

3. "Entre comidas"

1. Platos pequeños rápidos (fritos y asados)

Embutidos

Fritos

vísceras y
menudencias

Otros

➔ **Morcilla**

Es una preparación muy popular, presente en la mayoría de restaurantes típicos.

A pesar de ser muy valorada, no deja de ser un producto que genera un rechazo entre ciertas personas, especialmente por la presencia de sangre.

"Yo no como mucha carne, pero más fácil me como un chorizo que una morcilla. La morcilla es una de esas cosas que al que le gusta le gusta, pero no es a todo el mundo".

Turista Nacional. Cali

La morcilla en el mundo

En Italia se llama "sanguinaccio", en Portugal "morcela", en Reino Unido "black pudding", en Irlanda "white pudding", en Chile "prieta", en México "moronga" o "morronga", en Perú "sangrecita", en China "tofu de sangre", en Taiwán "pastel de sangre de cerdo", en Filipinas "carne de chocolate".



➔ **Butifarra, longanizas y otros embutidos**

Aunque se asocian mucho a sus regiones de origen, como la longaniza en Boyacá y la butifarra en el Atlántico, también hacen presencia en los puestos de comida callejera del resto del país.



3. "Entre comidas"

1. Platos pequeños rápidos (fritos y asados)

Embutidos

Fritos

vísceras y
menudencias

Otros

→ Empanada

"Es lo que más se vende"

Como en otros platos representativos, hay innumerables versiones y tipos de empanadas en todas las regiones del país, predominantemente con una masa de maíz.

Se vende empanadas en todas partes, es un autentico "entre comidas" o entrada, no se utiliza como guarnición en un plato principal.



Pros y contras

- La masa de la empanada es particularmente distinta a la de empanadas de otros países.
- En una empanada hay una muestra rica de ingredientes colombianos.
- Tiene una enorme versatilidad porque permite toda clase de rellenos.
- Se le pueden "echar" muchas cosas como ajíes, salsas y aderezos.
- Su técnica de preparación es muy popular y relativamente sencilla.

La mayor desventaja podría ser que es frita mientras que las empanadas de otros países suelen ser horneadas

La antioqueña, la costeña y la empanada bogotana, son algunas de las más comunes; los expertos revaloran otras empanadas con un potencial muy interesante por la singularidad de sus ingredientes como la de pipián o las de mariscos.

Para compartir en cualquier momento del día

En el mercado local las empanadas generan asociaciones emocionales muy fuertes (las empanadas de iglesia, las de la abuela, las de la esquina).

Es válida en cualquier momento del día, ideal en momentos de socialización.

Permiten servirse para compartir, aunque se resalta que haría falta su presencia en muchos restaurantes de mayor nivel y de manteles.

3. "Entre comidas"

1. Platos pequeños rápidos (fritos y asados)

Embutidos

Fritos

vísceras y
menudencias

Otros



Papas rellenas

Tienen un relleno similar al de la empanada, pero desde el imaginario se tienen en un estatus inferior. Su apanado no es tan apreciado como el de la empanada.

Algunas versiones de la papa rellena en tamaños pequeños y con variaciones en el apanado llegan a hacer parte de los bufetes de algunos hoteles.



Pastel de pollo frito, torta de pescado, torta de carne

La masa de estos es similar a la empanada de maíz. Tienen presencia en lugares de comida populares, puestos callejeros, cafeterías y tiendas, y pocas veces están en restaurantes. Tienen un estatus similar al de la papa rellena.

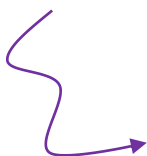


Carimañolas, aborrajados y marranitas.

Tienen la particularidad de ser hechos con unas masas muy especiales de plátano o de yuca que las hacen ver como **preparaciones muy propias de Colombia y en ese sentido tienen su mayor valor.**

Son identitarias de las regiones a las que pertenecen: la carimañola del Caribe hecha con yuca, y las marranitas y los aborrajados del Valle con plátano.

Han llegado a tener **presencia en restaurantes colombianos y en algunos restaurantes de vanguardia.**



Algunos hoteles las incluyen en los bufetes de desayunos. Recientemente se empiezan a incluir en menús de eventos especiales. Son **muy valoradas por los turistas.**

3. "Entre comidas"

1. Platos pequeños rápidos (fritos y asados)

Embutidos

Fritos

Vísceras y menudencias

Otros

→ "El palacio del colesterol": Vísceras y menudencias asadas y fritas

Se encuentran en puestos callejeros, con una plancha de asar o en fritura, como chunchurria o chunchuyo, asaduras, oreja, trompas, corazón, hígado, etc.

"Está deliciosa. Todo lo que puedo hacer es citar la frase del gran poeta (Yeats), que dijo: "El amor ha inclinado su mansión en el lugar del excremento".

Anthony Bourdain comiendo chunchurria en un puesto de fritos de carretera en San Antonio de Pereira, Antioquia.

Embutidos

Fritos

Viseras y menudencias

Otros

→ Arepas

Además de tener una importante presencia en el desayuno y como acompañamiento de platos fuertes, la arepa adquiere un lugar protagónico y una enorme versatilidad en sí misma, ya que se sirve como base para mezclas de carnes, pollo, mantequilla y queso, camarones, etc.



Es uno de los productos alrededor de los cuales hay más expectativas porque muchos ya tenían referencia de este producto.

Para algunos turistas, la arepa suele ser decepcionante por la ausencia de sabor o gusto (particularmente con la arepa blanca).

Desde la opinión de los expertos y el gusto de los turistas se destacan las siguientes arepas con un potencial interesante:

- Arepa de huevo
- Arepa de chocolate con quesito
- Arepa Santandereana

3. "Entre comidas"

1. Platos pequeños rápidos (fritos y asados)

Embutidos

Fritos

vísceras y menudencias

Otros



→ Patacón

Es el otro acompañante común en los platos, y tal como se hace con la arepa, se consume como un plato rápido sirviendo de base para mezclas como carne desmechada, hogao, camarones, suero costeño, entre otros.

El patacón es muy apreciado y además, por sí mismo es muy versátil, como sucede con la arepa.

- El patacón les llama mucho la atención a los turistas
- Lo encuentran exótico, les parece extraño e interesante que sea una "fruta frita". Al ser común la asociación al banano, les sorprende que el patacón sea salado.
- A diferencia de la arepa blanca, a éste sí le encuentran sabor.
- A veces el hecho de ser frito se convierte en limitante.

Arepas

Patacón

- ◆ Estos dos productos tienen un papel muy similar pues hacen el papel de bases para poner algo encima. Por esta razón algunos turistas los asocian a la tortilla en México.
- ◆ En ambos se da cierta resistencia a una gran industrialización, pues siempre se apoya en la premisa de que deben ser caseros.
- ◆ El casabe podría tener también este camino, pero tiene muy poca presencia a nivel nacional.

→ Mazorca asada

Es un caso particular, porque se consume directamente el ingrediente natural. La mazorca es asada con generosa mantequilla y hace presencia en comida callejera, en carreteras y en algunos asados tradicionales.

- El hecho de ser asada, se percibe como algo atractivo y más saludable.
- Por su carácter "callejero", la mazorca les parece una experiencia que los acerca a la cultura.

→ Los bollos

El consumo de los bollos es muy regional en la Costa Atlántica; hay una inmensa variedad y normalmente son acompañantes de un plato.



- Los turistas los encuentran muy insípidos; su textura, parecida a la de una arepa cocinada, es difícil de asimilar, incluso para los turistas del interior del país.

3. "Entre comidas"

2. Pasabocas pequeños (galguerías – mecatos)

Colombia tiene una riqueza muy interesante en pasabocas y snacks, y de eso da fe el desarrollo de las empresas alimenticias de esta categoría, además del amplio mercado artesanal.

➔ Se vuelven industria

En estos productos de escala industrial hay productos con un toque muy propio, como los platanitos, los maduritos, los chicharrones y las yuquitas.

Incluso en estos snacks hay desarrollos con sabores de productos propios (por ejemplo papa con sabor a empanada de carne y ají criollo, tostiarepas, tostiempanadas).



"Tendríamos que vendernos el sueño colombiano o vendérselo a los visitantes a nuestro territorio para hacer de nuestras delicias callejeras un producto digno de tener locales, con la variedad de productos aperitivos que tenemos".
Chef. San Andrés.



➔ Valorados en muchos escenarios

De todas maneras, artesanalmente estos pasabocas hacen presencia en la comida de calle y en marcas de pequeñas empresas y están incursionando con mucha fuerza en los restaurantes y eventos de más alto nivel (como pasabocas, guarniciones de plato y entradas tales como las arracachitas y las papas criollas).

Productos como las **achiras huilenses** han logrado alcanzar presencia nacional, mientras que otros como las carantantas y las arracachitas todavía no han logrado salir del ámbito local.



3. "Entre comidas"

2. Pasabocas pequeños (galguerías – mecatos)

Hormigas culonas

Las hormigas culonas han tenido un lugar meritorio como pasabocas y son valoradas por su exótico sabor y textura. Algunos las consideran afrodisíacas.

Aunque han alcanzado una fama nacional, e incluso algún reconocimiento internacional, únicamente se comercializan en unos pocos sitios de Bucaramanga, especialmente en el aeropuerto.



Algunas dificultades para su internacionalización son:

- Sólo se producen en unas épocas del año y no se manejan de modo sostenible, por lo que hay serios cuestionamientos sobre sus posibilidades comerciales.
- Además, por las dificultades en el suministro, no han sido incorporadas a las cocinas colombianas.
- Aunque para algunos son consideradas un manjar exquisito, hay muchos otros que no se atreven a probarlas, pues les impresiona (o repugna) la idea de comer hormigas.



3. "Entre comidas"

3. Panadería



Los que tienen un referente de panes europeos desestiman los panes locales. Para los turistas latinoamericanos el pan colombiano sí es de calidad meritoria.

➔ Panes

Hacen presencia panes de todo tipo con variaciones locales en las que cada región le da un toque de su gusto: más dulces, con más levadura, más blandos o crudos; con diversos nombres como el pan campesino o aliñado, el pan con queso o el pan trenza.

Hay unos panes que sí son particularmente más colombianos como el pan campesino, la mogolla y el pan de maíz.

Existe una oferta de panadería dulce muy amplia y creativa que se explorará en la sección de los dulces

Los más nuestros

Pero más que los panes, Colombia goza de amplio despliegue creativo en productos horneados que se hacen con diferentes harinas, a las que muchas veces se les incorpora queso:

➔ Buñuelo

- Es un frito muy apetecido.
- Tiene una significación grande en torno a las festividades navideñas.
- Hay cadenas de establecimientos dedicados casi exclusivamente a buñuelos, especialmente en Antioquia.

Ambos han llegado a desayunos de los bufetes y a algunos eventos.

➔ Pandebono

- Aunque se lo atribuyen al Valle del Cauca, es apreciado y común a todo el país..
- Muchos lo refieren como uno de los grandes productos representativos del país.

➔ Pandequeso, almojábana y pandeyuca

En un lugar menos protagónico pero con una amplia presencia nacional están estos tres productos de panadería.

3. "Entre comidas"

4. Otras comidas rápidas

Aunque no son propiamente colombianos, hay una serie de productos, principalmente de comidas rápidas, que se han vuelto muy comerciales hasta el punto de que en el imaginario de algunos se sienten ya colombianos. Estos productos son:



El chuzo (versión de brocheta)

Las salchipapas

Hamburguesas, perros y sandwiches en su versión colombiana

El quibbe

Los maicitos dulces desgranados



4. Dulces

4. Dulces

Es interminable el inventario de dulces en todo el país. Su gran variedad es una muestra del despliegue de creatividad en las técnicas e ingredientes que dan origen a estas preparaciones.

Se analizarán los dulces a partir de los siguientes temas:

Características

La variedad de dulces

Presencia

Características

- ➔ Se destaca el interesante trabajo con **las frutas** y la exploración con **la leche**. Estos son la materia prima que da origen a muchos de los productos en esta categoría.
- ➔ Es muy común el **uso del coco y la panela** que les imprimen un sabor particular y unas características distintivas.
- ➔ La **panadería dulce** también es muy rica en productos, especialmente en Antioquia donde se ubican en un contexto popular.
- ➔ Las confituras, caramelos duros, blandos, estirables y chupetas tienen un lugar importante tanto en la **producción artesanal como en la industrial**.
- ➔ Hasta con ingredientes animales se hacen dulces en Colombia como las **Jaleas y gelatinas blancas y negras** de pata de res.



4. Dulces

La variedad de dulces

➔ Dulces de frutas y almíbares

El ancestral legado culinario que ha dado origen a muchas de estas recetas con frutas ha sido aprovechado enormemente hasta nuestros días. Sin embargo, estas costumbres se han venido perdiendo en los hábitos de las familias contemporáneas.

Observemos las diferentes categorías de dulces que acuden a las frutas:

- ➔ Son muy comunes los **almíbares de mora, breva y tomate de árbol**.
- ➔ **Desamargados** como los de limón, lima, toronja y naranja, entre otros cítricos.
- ➔ **Mermeladas y cernidos** de guayaba, mora, uchuva, piña. Éstas particularmente tienen un lugar muy amplio en la **industria de conservas**.
- ➔ También hay **pastas de fruta**, teniendo un lugar especial, tal vez como el dulce más común en toda Colombia, **el bocadillo**. Otras pastas comunes son las de mango y la pulpa de tamarindo.
- ➔ Un hábito común a todo el país es ofrecer la posibilidad de **mezclarlos con quesos**, quesitos o cuajadas.
- ➔ Hay otros dulces de diferentes consistencias, presentaciones y formas, como melcochas, cocadas, coco confitado, las caspiroletas, melao, velitas, colaciones, panelitas, gomitas, calugas, dulces con manís y nueces.
- ➔ También hay algunos **postres y pudines** de frutas como limón, piña y maracuyá, o las famosas fresas con crema, entre otros.
- ➔ Aparte de las frutas, también se preparan otros **productos calados y asados** como los bananos y los plátanos maduros.
- ➔ Más recientemente se ha desarrollado una categoría de frutas **deshidratadas** como el banano pasa, muy reconocido en la región de Urabá.



"Todos los dulces con frutas colombianas serían una súper fortaleza porque mundialmente la gente consume mermeladas y dulces de frutas en almíbar, un dulce de uchuva, no hay en ninguna otra parte, eso es muy exótico y eso vende más que cualquier otra cosa"

Hotel Pereira.



➔ Con chocolate y café

El chocolate también se incorpora en algunos de nuestros dulces, pero a diferencia de otros productos, no hay unas creaciones muy originales y creativas alrededor de los dulces de chocolate. Sin embargo, el desarrollo de este producto a nivel industrial ha propiciado que se convierta en un gran referente de los dulces nacionales.

Especialmente en el eje cafetero y, sobretodo como respuesta al flujo turístico, se están elaborando postres, dulces y diversos caramelos y galletas con el café como protagonista.

➔ Dulces de leche

Hay muchos dulces de frutas pero son más conocidos los de leche, como el de natas, la natilla, manjar blanco, el arequipe, el arroz con leche y la leche asada. Aunque pueden ser similares a los de todo el mundo, tienen sus particularidades en Colombia.

➔ Repostería y pastelería dulce

Productos como los panderos, los pasteles de guayaba, de arequipe, los mojicones, los roscones, las peras, los piononos, los churros, la mayoría con nombres coloquiales, que cambian a veces de región a región. También están las lenguas, bizcochuelos de sagú, galletas como las cucas y una interminable lista de creaciones locales.

◆ Las tortas

Algunas tortas criollas han sido una tradición aunque no llegan tanto a los lugares de consumo. Torta de arracacha, de maduro, de zanahoria, de chontaduro y de banano (conocidas como panes en algunos contextos) y de café, son algunas de las más comunes.

◆ Las obleas hacen parte de la tradición

Las obleas son uno de los dulces destacados, conocido en todo el país, que permite muchos juegos de sabores, desde arequipe y crema de leche, hasta frutas, quesos y cremas.





➔ Helados y paletas

El gusto por las paletas y los helados ha propiciado un importante desarrollo comercial con marcas muy reconocidas que incorporan cada vez más frutas exóticas y sabores autóctonos como el café, mango, arazá, copoazú, zapote, nispero, curaba, maracuyá, guanábana, mandarina, mango biche, coco, etc.

"Y ni hablar de las posibilidades que tendríamos con los helados . Cualquier país como Argentina que es tan fuerte con los helados artesanales e industrializados de frutas, envidiaría tener a la mano la variedad de frutas que tendría para la elaboración del producto"

Investigador. Bogotá.



Percepciones de los turistas

- ➔ Aunque aprecian la variedad de los dulces y muchos de ellos les generan curiosidad, les parecen muy dulces y hostigantes.
- ➔ Particularmente los europeos desestiman en general los productos colombianos de repostería y panadería.
- ➔ Entre los dulces destacados por los turistas están las obleas (con sus diversas combinaciones), y las fresas con crema.
- ➔ Hay una queja de los turistas respecto a la oferta de postres colombianos en los restaurantes, pues pocas veces se ofrecen postres locales y lo normal es encontrar Cheese Cake, Tiramisú y Brownie entre otros.
- ➔ A pesar de las críticas ya mencionadas (muy dulces y difíciles de conseguir), en general hay una percepción positiva alrededor de los postres y helados a base de frutas.

4. Dulces

Presencia

Los clusters de dulces

En el país hay municipios y regiones que se han consolidado como clusters en dulces, e incluso han llegado a industrializarlos dándolos a conocer en todo el país. Algunos ejemplos de ellos son Floridablanca y Vélez (Santander), quienes han construido marcas reconocidas.



Los dulces artesanales “de pueblo” hacen presencia básicamente en tiendas, fondas, plazas de mercado y ventas callejeras.

“Son muchísimos los dulces, en cada pueblo hay una variedad enorme de dulces que habría que hacer una lista interminable para abarcar los más representativos, pero hasta con las harinas de maíz, yuca, plátano y hasta chontaduro, se pueden hacer unos dulces deliciosos, eso sin contar con las frutas.”

Chef. Cali.



Los de marca

Hay una serie de productos dulces muy desarrollados a nivel industrial como los chocolates y caramelos dulces y blandos.

Empresas como Colombina, Nacional de Chocolates y otras marcas más regionales como Copelia, El Paraguaitas, Dulces del Valle y Lucerna han llevado la industria dulcera a un lugar muy interesante.

Algunos de estos productos han alcanzado un reconocimiento muy importante en el imaginario colectivo y en el escenario internacional, tales como el Bom bom bun, la Chocolatina Jet, el Coffee delight, las Frunas, el Supercoco y el Chocorramo.



➔ Postres en restaurantes

El bocadillo y algunas veces la panela, panelitas y cocadas, son los dulces que tienen mayor presencia en los restaurantes corrientes como postre de un menú ejecutivo.

En restaurantes colombianos y típicos regionales son los postres de natas, dulces de brevas, arroz con leche y algún dulce de frutas como el dulce de mora y de tomate de árbol.



➔ Presentes en celebraciones

En las celebraciones especiales, particularmente en las fiestas navideñas, los dulces tienen un lugar muy importante. Las natillas, los panes dulces, los manjares y las hojuelas, entre otros, son infaltables en estas épocas.

➔ Dulces hay en cada esquina

Hay un amplio legado en panadería y repostería propia que ha quedado un poco relegado al ámbito de lo pueblerino, rural y de barrio, aunque algunos productos sí llegan a las panaderías más contemporáneas.

➔ Han llegado a pastelerías reconocidas

En una forma más elaborada y sofisticada, algunos de estos productos han llegado a panaderías y pastelerías como la Florida, Lucerna, el Astor y Santa Elena. Lugares muy apreciados por todos los públicos, en especial por los turistas.



"Las panaderías con mayor éxito en Ecuador son las colombianas: es que ustedes tienen una variedad muy grande en los productos que venden en las panaderías. Eso me encanta de ustedes"
Turista de trabajo ecuatoriano. Medellín



Es el caso por ejemplo, de los pasteles de brevas y el encarcelado, entre otros.



5. Bebidas

5. Bebidas

Es común que las bebidas pasen un poco inadvertidas cuando se trata de hablar de productos representativos. Pero sorprende encontrar una oferta con muchas posibilidades que se analizará a continuación, a partir de los siguientes grupos:

- ➔ Jugos
- ➔ Bebidas lácteas
- ➔ Bebidas espesas o de cuchara
- ➔ Chocolate
- ➔ Café
- ➔ Refrescos de panela
- ➔ Otras bebidas calientes



Jugos

Tan cotidianos que pasan desapercibidos

Son tan cotidianos en la dieta local que a veces pasan desapercibidos. El jugo, además de refrescante, es el acompañante o sobremesa infaltable en varias regiones.

Los jugos llegan a todos los niveles de restaurantes, en contraste con las bebidas de panela, que generalmente solo están en los restaurantes más típicos.

➔ Entre los jugos más populares están los de mora, banano, mango, guayaba, tomate de árbol, piña, lulo, maracuyá entre otros.

- Manifiestan aprecio y admiración por la variedad, calidad y presencia que tienen los jugos.
- Son especialmente recordados los de frutas más exóticas como níspero, corozo, zapote y lulo, por nombrar algunos.
- Se extrañan cuando los encuentran como sobremesa: para ellos es más una bebida refrescante que acompañante de las comidas. Sin embargo, algunos terminan aceptando esta costumbre y les parece muy saludable.
- Muchas veces piensa que son demasiado espesos, especialmente los que están hechos con leche, los asumen más como un postre que como una bebida refrescante.

"Yo creo que las bebidas como los jugos y el café podrían ser muy populares en todo el mundo; en ningún país he tomado tantos jugos tan ricos y diferentes como en Colombia"

Turista vacacional mexicano.
Bogotá.

5. Bebidas

Bebidas lácteas

La leche todavía es común como sobremesa y en muchas ocasiones es la base de jugos y otras bebidas.

La **avena** como bebida es un muy colombiana, no muy común en otros países.

También son muy comunes las bebidas achocolatadas, especialmente el Chocolisto y el Milo.



Bebidas espesas o de cuchara

En Colombia hay unas bebidas particulares que se consumen con cuchara. Muchas veces son refrigerios, aunque también hay sobremesas. Algunas muy comunes son:



La **mazamorra**, con claro y leche, muy común en Antioquia acompañando la comida típica; también tiene sus versiones en el Valle y en la Costa.

El **salpicón** es un refresco muy popular que combina todo tipo de frutas con alguna gaseosa (Premio, Cola Román o Colombiana), de ahí viene su característico color rojo.

El **masato**, bebida muy espesa, propio del Tolima (a veces más fermentada).

El **peto**, propio de Sucre.

La **lulada**, el **cholado**, y el **champús** son bebidas típicas del Valle del Cauca, que además de la presencia de variedad de frutas, le adicionan otros ingredientes.

"Yo sé que el champús de pronto no le gusta a todo el mundo, ni siquiera acá en Cali; no les gusta tanto por el maíz, a mí me fascina. Pero sí estoy seguro que una lulada le encanta a cualquiera, el lulo es una delicia"

Turista nacional. Cali.





Chocolate

Hay distintos tipos de chocolate, destacándose el de pasta. Generalmente es en aguapanela, pero muchas veces se combina con leche.

Se destaca la particularidad de que se consuma tanto como una bebida caliente. Uno de los lugares del chocolate es en el desayuno, especialmente en la región andina .

"El chocolate en muchas partes del mundo se toma como bebida ya sea frío o caliente, pero es particular de Colombia el ritual que se hace con éste: el chocolate "parviado" que se puede tomar al algo a las 5:00 de la tarde o de merienda. Se toma bien caliente con alguna harina, galletas, queso o pandequeso.

Investigador. Armenia.

El chocolate en las onces o en el algo

Hay establecimientos, especialmente en Bogotá, en donde el chocolate es el producto protagonista para consumirse con tamal, quesos y diversos amasijos.

El chocolate es también para hacer un juego con los diferentes productos, como remojar los productos de panadería o derretir los quesos.

En Antioquia también es tradicional el "chocolate parviao", incluso a la hora de la merienda, aunque naturalmente es una costumbre que se ha ido perdiendo.

Café

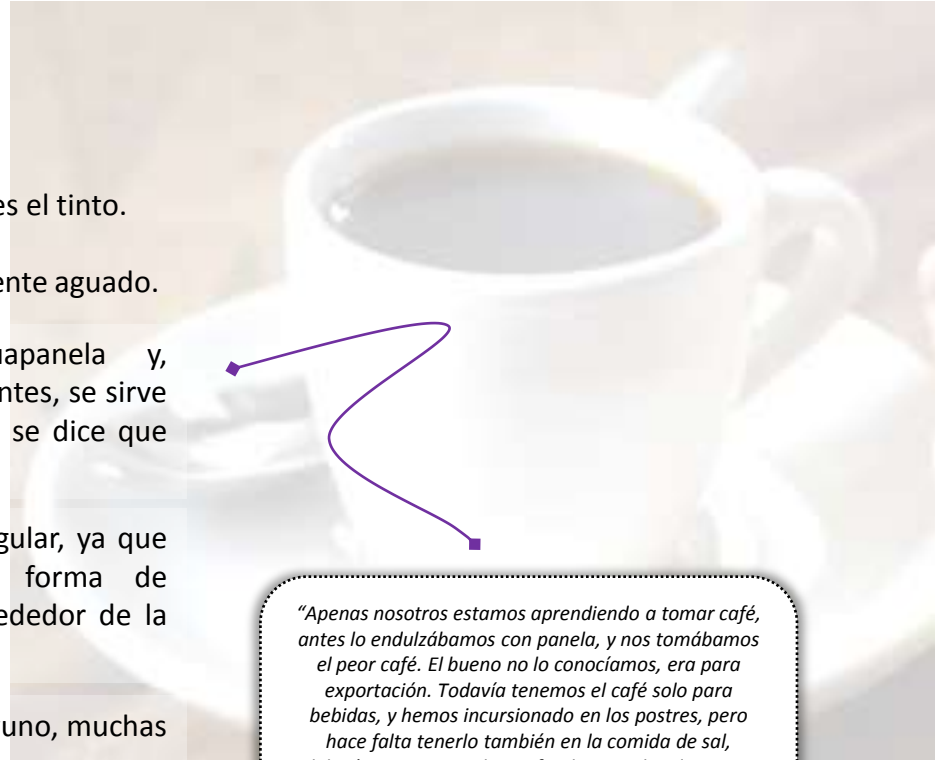
El café es el producto de mayor reconocimiento a nivel internacional. Sin embargo, a pesar de tener todo el reconocimiento como productores del mejor café del mundo, es reiterativo el comentario de que no tenemos una cultura de preparación y consumo alrededor del café.



→ Café

Cómo nos gusta:

- Nuestra forma de nombrar el café es el tinto.
- Se caracteriza porque es relativamente aguado.
- Muchas veces es con aguapanela y, generalmente en las regiones calientes, se sirve muy dulce. Por eso muchas veces se dice que “no sabemos tomar café”.
- La calidad del “tinto” es muy irregular, ya que no se ha estandarizado una forma de preparación y unas exigencias alrededor de la calidad del grano.
- Normalmente se consume al desayuno, muchas veces con leche.
- Muy pocas veces se toma frío, aunque en los últimos años ha incursionado el granizado.
- Ahora se puede acceder a una mejor oferta de café, porque en el mercado interno se están promoviendo cafés especiales y preparaciones más variadas.



“Apenas nosotros estamos aprendiendo a tomar café, antes lo endulzábamos con panela, y nos tomábamos el peor café. El bueno no lo conocíamos, era para exportación. Todavía tenemos el café solo para bebidas, y hemos incursionado en los postres, pero hace falta tenerlo también en la comida de sal, debería ser un ingrediente fundamental en la cocina colombiana, no solo para tomar tinto.”
Chef. Armenia.



El café nos acompaña

Es la bebida que nos acompaña el quehacer diario, en el trabajo, estudio u otras actividades diarias.

Es la bebida por excelencia para relacionarse y compartir, y la que se ofrece para recibir una visita o para complacer a alguien.

→ Café



Dónde está:

→ El café sí hace presencia en absolutamente todos los lugares de comida, pero hay varias dificultades alrededor de este producto:

- Muchas veces es una cortesía en los restaurantes, a veces no hay un esmero por cualificarlo.



- Casi en ningún restaurante de Colombia hay una sección de cafés como una parte importante de la carta, y excepcionalmente hay una carta de cafés.

"Deberían tener más maquinas de café como las Europeas pero con buen café, que solo tengas que poner algunas monedas y tomarte un buen café, la mi el que dan en los restaurantes no me gusta mucho"

Turista Vacacional Alemán. Bogotá.

→ En los últimos 10 años han incursionado las tiendas de café, que han sido fundamentales para generar una cultura de consumo más exigente y variada, buscando otras posibilidades de goce alrededor de café.

→ Además de tener un lugar en las recetas de dulce, el café también empieza a emerger como ingrediente en algunos platos de sal, aunque todavía con una connotación muy experimental.

→ También hay un desarrollo importante de licores de café (cremas de café, vinos, licores) que tienen una presencia muy regional (sobre todo en el Eje Cafetero y Antioquia).

Para los turistas los dos sitios reconocidos, en donde saben que pueden encontrar un buen café, son Juan Valdés y Oma.



5. Bebidas

Refrescos de panela

Una particularidad colombiana es la presencia de bebidas refrescantes de agua de caña o panela, muchas veces con limón, haciendo las veces de la limonada. Varios expertos la resaltan como una muy buena bebida, aunque pocas veces está en los restaurantes de alto nivel.

Algunas veces su fermentación hace que se conviertan en licores, en cuyo caso se abordarán más adelante.

Chocolate

→ El canelazo

Partiendo de la aguapanela con canela, también puede mezclarse una inmensidad de hierbas, frutas, y a veces licores, llegando incluso a convertirse en una bebida alcohólica.

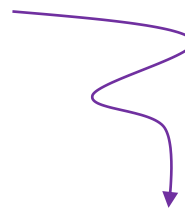
→ La aguapanela

La bebida popular por excelencia, mucho más fuerte en las zonas rurales y en los estratos medios y bajos de la población.

Es muy común que esta bebida sea la base del chocolate y el café, es la forma que favorece el consumo de estas bebidas en algunos lugares.

Puede encontrarse en los restaurantes típicos.

"En bebidas, la aguapanela debería ser el ícono, a quién no levantaron a punta de aguapanela?"
Turista nacional. Armenia.



Gran parte de la producción colombiana de caña es destinada a la fabricación de panela. Tiene una connotación claramente popular, y es muy propia de lo campesino.



6. Licores

6. Licores

Obviamente el aguardiente y el ron se llevan el protagonismo de las bebidas alcohólicas en Colombia, aunque por su volumen de consumo, la cerveza tiene un lugar privilegiado.



Estos tres productos se circunscriben a una producción industrial claramente estandarizada y pensada para el consumo, con raras excepciones.



Para entender el contexto de nuestra relación ancestral con los licores no puede desconocerse el lugar que han tenido las bebidas artesanales, sean destiladas o fermentadas, que pueden implicar otras experiencias desde el punto de vista turístico.

Se analizará a continuación, a partir de los siguientes grupos:

- ➡ **Aguardiente**
- ➡ **Ron**
- ➡ **Cervezas**
- ➡ **Bebidas artesanales**
- ➡ **Licores de café**
- ➡ **Coctelería**



6. Licores

Aguardiente



Para muchos, el licor nacional

Es el trago que realmente atraviesa el país, en todas las regiones hay una identificación con el mismo. Gran parte de los públicos estudiados no dudan en considerarlo como el trago nacional.

↳ También hay ciertas rivalidades regionales por sentir que se tiene el mejor aguardiente (por ejemplo entre el Antioqueño, el Néctar, el Blanco, el Platino y el Cristal)

La paradoja del aguardiente: “entre el orgullo y la vergüenza”

Sin embargo, a pesar de que se aprecia y que para muchos se considera el trago nacional, hay una sensación de que no alcanza el estatus de considerarse un gran trago. Esto se evidencia cuando no se elige para hacer presencia en los eventos de mayor altura y en restaurantes de mejor categoría, en donde se le da prelación a licores internacionales (eventualmente al ron).



“Lo primero que le recomendaría a alguien que venga a Colombia es el aguardiente!! Es un trago que puedes saborear lentamente, no es tan fuerte como el vodka o el tequila”.

Turista vacacional coreano. Medellín.



Ventajas y desventajas del aguardiente

- La alta presencia del anís y el alto nivel de alcohol pueden convertirlo en un trago muy fuerte, dulce y aromatizado en comparación con otros licores similares.
- No hay una variedad de cañas, cultivos y microclimas que permita denominaciones de origen para que se pueda promocionar el producto con una descripción de características que lo hagan atractivo, como está sucediendo en el mundo con el café y los rones, y como ha sucedido siempre con el vino.
- No tiene el valor del añejamiento que tiene el ron. Hay muy poca exploración incorporándolo en coctelería, platos de cocina, dulces, postres o posibilidades de maridaje.
- Muchas de estas limitaciones difícilmente pueden ser superadas porque hay una normatividad que regula la industria.

Solo se permite denominar aguardiente lo que tenga un 29% de alcohol y unos niveles de anís en un rango determinado.

La producción ha estado circunscrita a los gobiernos departamentales, entonces hay una situación de oligopolio.



- Aunque hay otros anisados de caña, hay un apropiamiento y una identificación de Colombia con el aguardiente.
- Tiene alguna presencia internacional, especialmente por la demanda de las colonias en países como España y Estados Unidos y en países vecinos.
- Es un "shot" que conlleva una ritualidad y unos juegos con el brindis y la socialización en su consumo que ya están muy entronizados en la cultura.
- Su consumo va acompañado de frutas y otros pasabocas.



6. Licores

Ron

→ El ron es uno de los grandes licores del mundo

El ron es un destilado de melazas y jugos fermentados de caña añejados en barricas de roble, lo que le da un sabor y color muy característico.

Ha llegado a hacer parte de los grandes licores del mundo, siendo el licor americano que más renombre ha tenido, poniéndose al nivel de las ginebras o el vodka.



→ Rones colombianos en el Caribe

Aunque el ron es asociado al Caribe, y particularmente a Cuba, hay otros países que son potencias en su producción.

A pesar de que se han dado desarrollos muy interesantes en las fábricas de licores de algunas regiones del país, logrando rones más elaborados y añejos, desde los expertos se admite que los rones nacionales aún no se insertan en los estándares de competitividad de los grandes rones del Caribe como el Centenario, el Diplomático, el Cacique, el Brugal, el Habana y el Zacapa.

→ Una particularidad de los rones andinos colombianos (como el Viejo de Caldas o el Medellín) es que, por sus características particulares de elaboración y añejamiento natural, no necesitan mezcla.

"El ron colombiano me parece de muy buena calidad, yo soy peruano y en mi país sólo se toma ron de Colombia, hay otras marcas locales pero no alcanzan a tener la calidad de los de ustedes".

Turista vacacional Peruano. Bogotá.



→ El ron vs. el aguardiente

En lo interno el ron rivaliza con el aguardiente. Sin embargo, el ron tiene mucha más versatilidad en sus formas de consumo, ya que:

- Puede tomarse como un “shot”
- Puede ser coctel (mojito, daiquirí, cuba libre)
- Puede estar en un café (carajillo)
- Tiene presencia en postres y helados.
- Además tiene más estatus a la hora de considerar los licores en un evento, fiesta, discoteca o en un establecimiento de mayor nivel.



→ Sin embargo, el ron pocas veces se considera el “gran” trago nacional debido especialmente a que ya es insignia de otros países caribeños.

→ Dificultades comunes al ron y al aguardiente

- Los problemas de normatividad y que han estado circunscrito a las industriales licoreras departamentales, a las limitaciones en la legislación y a la politización de la industria, lo cual impide emerger propuestas de aguardientes y rones comerciales.
- No hay cultivos especiales con denominaciones de origen claramente caracterizados, lo que también desfavorece la elaboración de aguardientes y rones más sofisticados.
- Los envases y las etiquetas de estos productos son muy pobres en comparación con lo que se hace con otros licores internacionales. Aunque se ha avanzado un poco en la comunicación, todavía tiende a ser muy tímida y en ocasiones muy folclórica.



6. Licores

Cerveza

→ Tipo de cervezas

La producción nacional está marcada por la presencia de cervezas rubias y claras que son las más apropiadas para climas tropicales. Se diferencian entre marcas, el grado de alcohol y la región productora.



→ Las cervecerías nacionales

Bavaria, el gran grupo cervecero del país, hasta hace unos años conservó una estrategia de regionalización de marcas. Eso hizo que a través de casi todo el siglo XX, los departamentos y las regiones sintieran una fuerte apropiación de su marca. Aunque hoy no es tan precisa esa estrategia, de alguna manera persisten las preferencias regionales.

De cualquier manera algunas de estas marcas - como sucede en algunos productos de dulce y con las bebidas gaseosas - se han logrado constituir como íconos de la colombianidad, como en el caso de Águila y Club Colombia.





Presencia

Están siempre presentes en los establecimientos y restaurantes en todo tipo de negocios. Sin embargo, en los restaurantes de más alto nivel, casuales y de manteles, es común la costumbre de poner solo la cerveza Club Colombia, al lado de las cervezas internacionales que se ofrecen.



Cervezas artesanal

Como un fenómeno reciente, en algunos restaurantes y bares reconocidos también están entrando las nuevas cervezas artesanales colombianas.

Algunas ejemplos de las nuevas cervezas artesanales son:

Bogota Beer Company:

Candelaria clásica, Monserrate Roja, Chapinero Porter, Chia Weiss, Usaquén Stout.

Palos de Moguer.

Colon Light Rubia, Negra y Roja.

Tres Cordilleras

Mulata, Blanca y Mestiza.

Santo Tomás

Tipo San Tomas, Tipo Hefe Weizen, Tipo Marzen, Tipo Dubbel.

También para los turistas internacionales la Club Colombia ocupa un lugar especial. Algunos turistas latinos extrañan no encontrar la cerveza de litro.



6. Licores

Bebidas artesanales

➔ Muchas son de origen ancestral

En el imaginario se conciben como licores de un origen indígena. La experiencia de tomarse una chicha o un guarapo nos enlaza de alguna manera con ese mundo indígena.



Los dos tragos más comunes a todo el país son:

La Chicha

- Fermentados normalmente de maíz, de piña, de yuca o combinaciones de los anteriores.
- Está muy vinculada a celebraciones campesinas o indígenas.

El Guarapo

- Suele ser un destilado de caña de un alambique casero.
- Si no se deja fermentar mucho tiempo se obtiene una bebida refrescante y energética.



➔ De producción casera

Pero la elaboración de todos estos productos es prácticamente casera y casi totalmente artesanal, y su consumo se da en lugares muy populares, y muchas veces en el ámbito rural.

Por eso el consumo de un habitante de las ciudades solo se da en el ámbito de un eventual paseo.



➔ El lugar que tienen

Estos productos artesanales tienen un lugar totalmente tímido; solo llega a estar en algunos sitios de etnoturismo, en plazas de mercado, fondas, cantinas, y si acaso como curiosidad en algunos restaurantes típicos.

6. Licores

Licores de café y otros

A nivel de consumo masivo se destaca la tradicional crema de café de la Fábrica de Licores de Antioquia.

A un nivel más regional, especialmente en el eje cafetero, hay una oferta amplia de cremas y vinos artesanales de café. Sin embargo estas propuestas tienen pocas posibilidades internacionales, y son recibidas con reservas porque se consideran muy dulces, sus empaques son muy precarios y su calidad es irregular.

También pueden encontrarse recetas del tipo ponches y sabajones, muy limitadas a festejos familiares que han perdido presencia en las nuevas generaciones.



Coctelería

Apenas por explorar acción reciente

Nuestra exploración de cocteles es absolutamente incipiente. Lo que más se ha trabajado es incluir algunas frutas en cocteles internacionales, como tamarindo, mamoncillo o maracuyá.

El ron, por su bagaje internacional, sí se incluye en algunos cocteles más bien básicos, como un Cuba Libre, mientras que el aguardiente es “casi prohibido”.

“¿Sabes cuantos cocteles se podrían hacer con todas las frutas tropicales que tienen en Colombia? De verdad me desconcertó encontrar una oferta tan pobre de cocteles, pienso que en este tema hay mucho por hacer”

Turista vacacional polaco. Cartagena.

Capítulo III

Identidad y valoración de la cocina colombiana



Identidad y valoración de la cocina colombiana

En este capítulo se aborda la pregunta de qué caracteriza e identifica la cocina colombiana y se analizan las virtudes y dificultades de nuestra cocina desde el punto de vista de expertos y turistas.

Luego se explora la posibilidad de encontrar platos o productos que nos representen. Para encontrar más elementos que nos caractericen, se destacan algunos rituales y costumbres importantes alrededor de la preparación y el consumo de nuestra comida.

Más adelante se plantea una reflexión sobre el problema de la identidad en el país y sus implicaciones en la cultura gastronómica, para cerrar con el debate entre los defensores de la tradición y los de las nuevas propuestas como dos posibles caminos para el desarrollo gastronómico del país.

Este capítulo se desarrollará a partir de seis ejes principales:

- 1. Cómo se caracteriza nuestra cocina**
- 2. Evaluación de nuestra cocina**
- 3. “Los platos que representan al país”**
- 4. Rituales en la preparación y el consumo**
- 5. Una reflexión sobre la identidad desde lo gastronómico**
- 6. Tradición vs. Nuevas propuestas**





1. Cómo se caracteriza
nuestra cocina

1. Cómo se caracteriza nuestra cocina

En este apartado se presenta una caracterización de la comida colombiana, primero desde la mirada de los expertos y luego desde los turistas, ejercicio que es matizado por el análisis nuestro.

Desde los expertos

Desde los turistas internacionales

Nuestra cocina en un párrafo

La dificultad de definirnos

El primer asunto que conlleva este análisis es que la pregunta de qué caracteriza e identifica la cocina colombiana es particularmente difícil de responder, hasta para el más avezado experto. Se parte de que para ellos no hay claramente un elemento o un criterio que defina la comida colombiana.



De este modo, **no hay una asociación tan fácil como en otras cocinas reconocidas del mundo**, como la carne en Argentina, lo picante en México, la pasta en Italia, la comida rápida en Estados Unidos, los aromas y las especias de Oriente, etc.

De ahí que cuando se trata de profundizar, algunos piensen más en algunos ingredientes, otros en ciertos platos, otros en preparaciones, otros en algún aspecto cultural y otros en simples adjetivos e ideas vagas.

1. Cómo se caracteriza nuestra cocina

Desde los expertos

A continuación vamos a analizar las principales características de la cocina colombiana, señaladas en un comienzo por los expertos, con algunas observaciones que deben agregarse desde nuestro análisis.

1. Son muchas cocinas
2. Es una cocina mestiza
3. Es muy campesina y abundante
4. Es una cocina de muchos cocidos, sopas y fritos



5. La riqueza de ingredientes
6. Creatividad
7. Por ciertos platos conocidos
8. Por ciertos aspectos más emocionales



NOTA:

En algunos casos se señalarán aquellas características que también son indicadas por los turistas nacionales con el icono de la bandera colombiana.

1. Cómo se caracteriza nuestra cocina

Desde los expertos

1. Son muchas cocinas

La mayoría de los expertos explican que no se puede hablar de una única cocina colombiana; que precisamente se caracteriza porque sus cocinas están muy divididas por regiones y que además, particularmente en Colombia hay una dificultad para integrarlas, por:



- Circunstancias históricas
- Impedimentos topográficos (fragmentación geográfica)
- Dificultades de transporte y comunicación
- Violencia
- Regionalismos muy marcados

Este fenómeno con la cocina es similar a lo que sucede en las otras manifestaciones culturales.



2. Es una cocina mestiza

Siempre se resalta que la cocina colombiana es mestiza y multicultural, pues en todas las cocinas regionales hay una mezcla de cocina europea (fundamentalmente española), indígena y negra.

Sin embargo es notable que en otros países como en el caso de Perú, Brasil o Argentina hay una influencia mucho más fuerte de migraciones internacionales.



1. Cómo se caracteriza nuestra cocina

Desde los expertos

3. Es muy campesina y abundante



- Son cocinas muy campesinas en las que predomina la optimización de los recursos de “pan coger”.

Precisamente, en el afán de aprovechar los ingredientes, es que se acostumbra “echar todo en la olla”.

- La abundancia en las porciones y la fuerte carga energética es común en la cocina campesina.

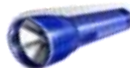
4. Es una cocina de muchos cocidos, sopas y fritos

Otra característica particular de la cocina colombiana es la gran variedad de cocidos, sopas y fritos que se preparan. Algunos de las sopas se constituyen en platos principales, como el sancocho, el ajiaco, el mondongo.



Al hablar de preparaciones, los expertos no suelen incluir los asados ni los envueltos, que también son muy característicos.

5. La riqueza de ingredientes



- Se reconoce una gran riqueza en ingredientes, algunos por rescatar, asociada a la riqueza geográfica, climática y de biodiversidad. El comentario típico en ese sentido es que “aquí lo tenemos todo”.

- Aunque se reconocen unos ingredientes básicos (plátano, arroz, yuca, maíz y papa), lo que se destaca es que la comida colombiana no se puede asociar a uno solo de ellos, pues todos tienen un protagonismo según la región o la etnia.



1. Cómo se caracteriza nuestra cocina

Desde los expertos



6. Creatividad



Se resalta que, a diferencia de otros países cercanos, en Colombia hay una gran versatilidad y creatividad en el uso de los ingredientes.

7. Por ciertos platos conocidos



Los expertos no creen, en primera instancia, que la cocina colombiana se pueda asociar fácilmente a un plato típico en especial. De todos modos, se llegan a mencionar platos como el ajiaco, el sancocho, la bandeja paisa, el pescado frito o el tamal.

8. Por ciertos aspectos más emocionales

- Algunos expertos piensan que tal vez sea mejor **encontrar un concepto que nos represente e identifique**, y no propiamente un plato. Sin embargo esto es especialmente difícil, pues no se logra ver un único concepto capaz de representar un universo cultural tan amplio como el de la cocina colombiana.
- Hay algunas referencias a cuestiones culturales o emocionales como **la alegría, lo tropical, lo exótico, lo colorido, etc.**



1. Cómo se caracteriza nuestra cocina

Desde los turistas internacionales

Características en las que coinciden con los expertos



Son muchas cocinas, especialmente porque no encuentran los platos de una región cuando están en otra.



Predominan los cocidos, sopas y fritos: la alta presencia de sopas les parece extraño (por el clima) pero no les incomoda porque las consideran ricas y saludables. Los fritos les gustan pero hay quienes preferirían evitarlos.



Es una cocina muy campesina y abundante. Lo campesino entendido principalmente como una cocina muy básica y con porciones demasiado grandes.

Otras características que ellos ven



Algunos de ellos asocian la comida colombiana a ciertos platos como la bandeja, el ajiaco o la arepa, lo que casi nunca ocurre con los expertos.



Ven que la colombiana es una comida de socialización, muy tribal, muy de compartir.



Esta son las forma más usuales en que los turistas nacionales caracterizan la comida colombiana



Muy de regiones: en cada región es muy distinta.



La caracterizan en términos de los platos más comunes



La reconocen como muy abundante



1. Cómo se caracteriza nuestra cocina

Desde nuestro análisis

Lo más distintivo de nuestra cocina



De las características mencionadas, es importante resaltar las que son más propias y distintivas de la cocina colombiana son:



Riqueza de Ingredientes

Apoyada en una gran biodiversidad.



Sopas y cocidos

Que tanto en los climas cálidos como en los fríos sea tan frecuente la presencia de sopas y cocidos.



Creatividad

Aunque los ingredientes básicos están presentes en otras cocinas latinoamericanas, lo que sí es especial en Colombia es que se le den muchos usos y preparaciones.



Riqueza de las frutas

La riqueza de las frutas, mucho más las exóticas.



1. Cómo se caracteriza nuestra cocina

Nuestra cocina en un párrafo

Si tuviéramos que hacer el ejercicio de condensar en un párrafo lo que define la cocina colombiana de acuerdo con lo que piensan expertos y turistas, podría decirse que:

Es una cocina muy regionalizada, de unas bases profundamente campesinas que expresan el mestizaje de lo indígena, lo negro y lo criollo. Las preparaciones son muy versátiles y optimizan los recursos de pan coger en platos generosos. Es rica en ingredientes, muestra de lo cual ofrece una variedad muy apreciada de frutas.





2. Evaluación de nuestra cocina

2. Evaluación de nuestra cocina

En este apartado se evalúa la cocina colombiana indicando primero sus virtudes y luego las dificultades. Las consideraciones de los expertos se presentan separadas de las de los turistas. A ello agregamos desde nuestro análisis algunas virtudes que no exaltaron los públicos estudiados.



Virtudes desde los expertos

Virtudes desde los turistas internacionales

Virtudes desde nuestro análisis

Dificultades desde los expertos

Dificultades desde los turistas internacionales

Aclaremos que esta evaluación se concentra en la cocina, no incluye los lugares, ni los demás elementos que rodean toda la experiencia gastronómica, puesto que eso será revisado en los capítulos sucesivos.

2. Evaluación de nuestra cocina

Virtudes desde los expertos

- ▶ Es una cocina muy diversa en términos de regiones y grupos étnicos.
- ▶ Hay una gran riqueza de ingredientes, muchos de ellos desconocidos y poco aprovechados.
- ▶ Son muy creativos con los ingredientes, de lo cual salen productos y platos muy interesantes.
- ▶ En la preparación, rescatan la comida hecha en fogón de leña.
- ▶ Tienden a destacar platos muy regionales, a veces no tan conocidos para el común de la gente.
- ▶ En el que ven más virtudes es en el ajiaco. También valoran mucho los sancochos.
- ▶ Los tamales, especialmente los de resplandor y de pipián.
- ▶ Las “entre comidas”, especialmente unas un poco menos conocidas, como las marranitas, o las empanadas de pipián.
- ▶ La calidad de los pescados y mariscos del Pacífico (aunque también señalan las limitaciones)
- ▶ La variedad y exotismo de las frutas, muy especialmente las de selva (el copoazú, el arazá, el borojó, el chontaduro). Las frutas que más destacan son el mamey, la uchuva, el corozo, el níspero, el zapote, la uchuva, los mangos (por su gran variedad), etc.



2. Evaluación de nuestra cocina



Virtudes desde los turistas internacionales

- La presencia de sopas les parece saludable y les genera confianza (por ser cocidas).
- Los precios, en particular de las frutas y mariscos.
- Los rituales de preparación y consumo de platos en un contexto más espontáneo y popular, como el sancocho, los asados y los pescados y mariscos en la playa.
- Aunque hay excepciones, la comida colombiana les parece en general fresca, natural e higiénica.
- Lo exótico les llama la atención, particularmente desde las frutas.
- Los jugos les parecen maravillosos y les gusta que se pueden encontrar fácilmente, a veces como sobremesa.
- La experiencia con el aguardiente y el ron.
- De los platos fuertes, les gusta el ajiaco principalmente, y los platos con pescado, arroz con coco y mariscos.
- Valoran la variedad, presencia y creatividad de las “entre comidas”, de las que sobresalen: empanadas, pandebonos, chorizos, arepas de chócolo con quesito, arepa e’ huevo, carimañola, entre otros.
- Les parece exótico el patacón y las demás preparaciones con el plátano (que ven como una fruta).



2. Evaluación de nuestra cocina

Virtudes desde nuestro análisis

Hay otras virtudes de la cocina colombiana, que ni expertos ni turistas enfatizan, pero que en nuestro análisis encontramos importantes, como:

➤ Que tengamos el mejor café y que nos reconozcan por él. Que haya un auge de producción de cafés especiales y de nuevas tiendas de café con mucha aceptación.

➤ Los “casados”: combinaciones de “entre comidas” (arepas, panes, patacones, carimañolas, etc) y salsas o guisos para untar (como el suero costeño, los ajíes y el hogao), lo que permiten unos juegos muy interesantes, como el de la mezcla de sabores salados y dulces.

Algunos “casados” para resaltar son:

- ➔ Chocolate con panadería y queso.
- ➔ Buñuelos con natilla
- ➔ La arepa con: quesito, carne, hogao.
- ➔ El patacón con: suero, carne, camarones, hogao, etc.

➤ Los productos muy propios de nuestra panadería, como el pandebono, el buñuelo, el pandequeso, el pandeyuca y la almojábana.

➤ Los dulces: les parece muy afortunado que se hagan con frutas y que casi siempre esté presente la panela, lo que les da unos sabores muy particulares de Colombia.

➤ La presencia de unas buenas carnes, aunque no tengamos mucho reconocimiento o fama alrededor de este producto.

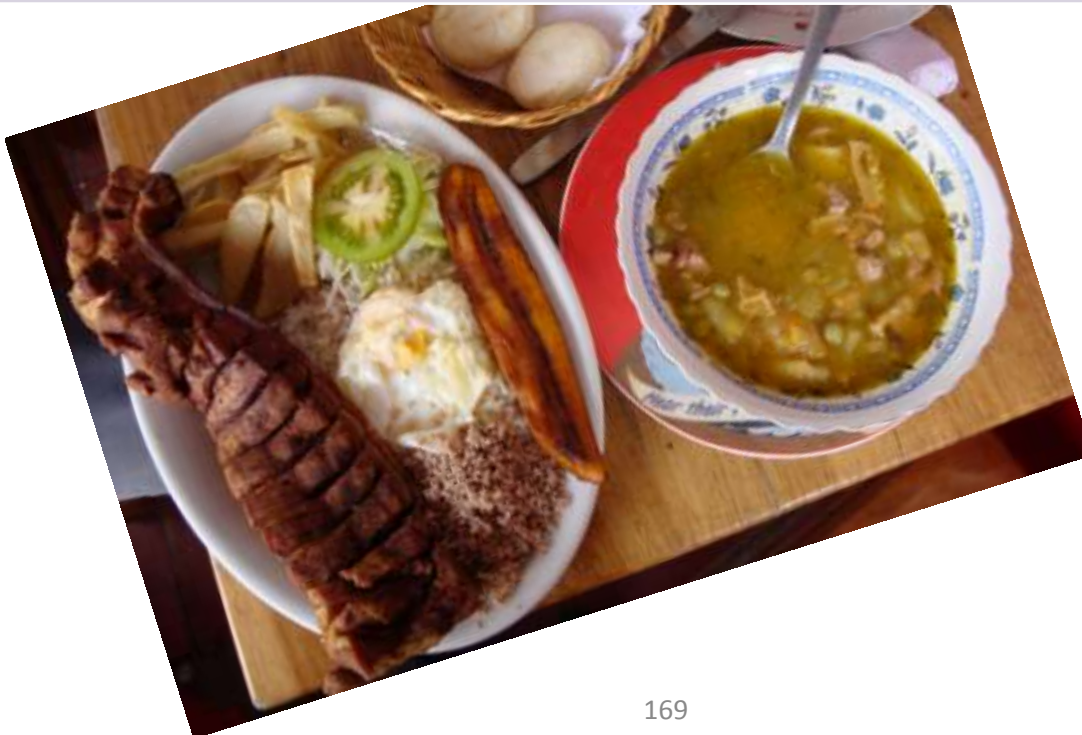
➤ Las comidas para comer en grupo o para compartir, como las picadas de fritos o asados.

➤ Hay un valor en el aguardiente y el ron (tal como lo explicamos al analizar estas dos bebidas).

2. Evaluación de nuestra cocina

Dificultades desde los expertos

- Las presentaciones de los platos es con frecuencia poco atractiva.
- El tamaño de las porciones es excesivo.
- La mayoría de los platos tienen varios carbohidratos, lo cual se percibe como poco balanceado.
- La abundancia de fritos dentro de la oferta gastronómica; además, muchos de ellos con un descuido en la preparación.
- Se acostumbran cortes muy delgados y preparaciones muy asadas, que a veces malogran ciertas propiedades de la carne.
- Aunque el café es el único producto por el que nos reconocen internacionalmente, no es fácil encontrar un buen café para tomar.



2. Evaluación de nuestra cocina



Dificultades desde los turistas internacionales

- ▶ Extrañan los elementos propios de sus comidas, o de elementos que se han vuelto internacionales en la comida como el vino, el aceite de oliva, los quesos y panes tradicionales, las salsas, algunos vinagres y especias.
- ▶ La presentación de los platos, especialmente para los asiáticos y los europeos.
- ▶ Lo “pesados” que caen algunos platos, especialmente de la bandeja paisa.
- ▶ Demasiados carbohidratos y demasiado arroz blanco, que no le aporta nada a los platos.
- ▶ Mucha cantidad y muchos productos en un mismo plato (por ejemplo en la bandeja o en el sancocho).
- ▶ Demasiado frito, y muy poco horneado.
- ▶ Para algunos es un poco simple o plana, pues no encuentran un sabor característico que resalte (como el picante en la mexicana).
- ▶ La ausencia o poca variedad en la oferta de ensaladas (a pesar de la diversidad y calidad de los vegetales)
- ▶ La calidad del café que se sirve en muchos de los restaurantes.



Pigmalion



3. "Los Platos que representan al país"

3. "Los Platos que representan al país"

Este tema parte con un debate complejo entre quienes piensan que no debe elegirse un plato que nos represente y entre quienes sí creen conveniente elegir un plato insignia. Observemos las dos posiciones:



Los que piensan que escoger un plato es reduccionista e inconveniente

- ➔ Una buena parte de los expertos, especialmente los investigadores y académicos, **sienten que es muy "reduccionista" la intención de seleccionar un plato colombiano.** Manifiestan abiertamente que es una discusión "mandada a recoger" y temen que se haga este tipo de ranking.
- ➔ Sienten además, que eso alimenta una vieja pugna regional y que termina provocando un mayor desconocimiento de los platos regionales.
- ➔ Algunos dicen que sería mejor elegir un "concepto" de comida (como en ciertas cocinas del mundo) y no propiamente un plato.
- ➔ Otros, de los que expresan la dificultad de elegir un plato, finalmente indican que para no ser tan reduccionistas, se podría elegir entonces un plato por región.

Los que piensan que sí nos debe representar un plato

Un grupo menor de expertos, principalmente chefs y restauradores, consideran que elegir un plato nacional permitiría que los visitantes extranjeros crearan con mayor facilidad una asociación entre dicho plato y nuestro país.

Algunos agregan que sería más fácil promocionar un solo plato que un menú completo.

"Son las preparaciones tradicionales las que hay que exaltar para atraer a turistas, es nuestra identidad, y uno viaja para conocer la cultura de otros lugares. El sancocho por ejemplo, o mejor el ajiaco".
Gobierno. Alcaldía Armenia.

"Yo creo que somos tan diferentes en cada región que no podemos tener un solo plato. Imagínate qué puede pensar el Chocó con la bandeja paisa , o Tumaco, o los Llanos; yo pienso que más bien sería un plato por región, como España que no hay un plato nacional español: en el sur la paella, al norte los mariscos, en la parte de Cataluña otra cosa, todo es diferente."
Chef. Cali

3. "Los Platos que representan al país"

Así los expertos no fueran muy amigos de escoger un plato que nos represente, se hizo el ejercicio de pensar la mejor forma de elegir un plato.

De este modo se plantean tres posibilidades para ésta elección:



1. Escoger un plato típico colombiano

2. "Inventar" un plato

3. Ser representados por otros productos, no por platos fuertes



1. Escoger un plato típico colombiano

Para hacer una selección de los platos habría muchas consideraciones o variables, las más destacadas:

Es importante tener presente que en el siguiente esquema no vamos a profundizar en las características de los platos que se mencionen puesto que ya lo hicimos en el capítulo II, en donde se analizan los productos gastronómicos.

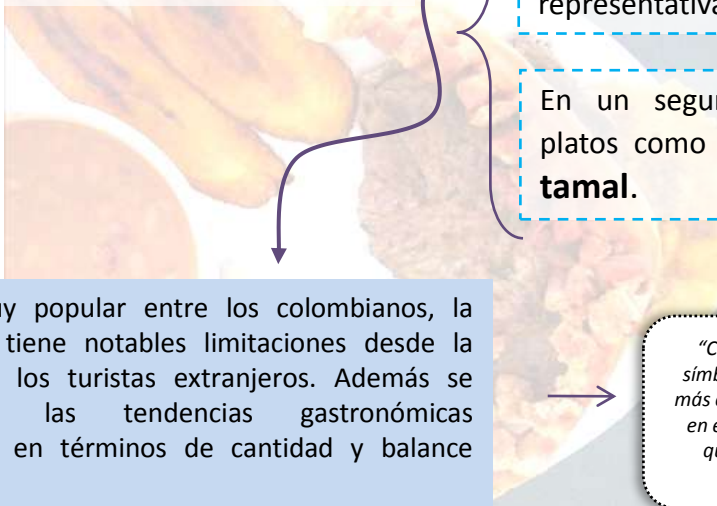
1. Por su nivel de consumo y presencia
2. Por su capacidad integradora
3. Por ser el plato que más gusta (tanto a propios y foráneos)

3. "Los Platos que representan al país"

1. Escoger un plato típico colombiano

1. Por su nivel de consumo y presencia

Teniendo en cuenta también la popularidad y significados del plato para los colombianos, serían:



La bandeja paisa: Al parecer la más vendida. Se dice que está en todas partes. La bandeja es un conjunto de muchas cosas representativas y es el plato más recordado.

En un segundo nivel estarían disputando platos como el **ajiaco**, el **sancocho** y el **tamal**.

Si bien es muy popular entre los colombianos, la bandeja paisa tiene notables limitaciones desde la preferencia de los turistas extranjeros. Además se distancia de las tendencias gastronómicas internacionales en términos de cantidad y balance nutricional.

"Con esa gran carrera de los platos únicos, el plato símbolo sería la bandeja paisa, es el plato colombiano más conocido, tanto acá, en cualquier departamento, y en el exterior. La gente come bandeja paisa y ya cree que probó la cocina colombiana, que así es todo"
Investigador. Medellín.

2. Por su capacidad integradora

Algunos expertos creen que el criterio para seleccionar nuestro plato es su capacidad **integradora**, es decir, que sea común a la mayoría de regiones. En ese sentido optan por:

La fortaleza de estos platos está en su capacidad de mostrar la diversidad y ayudar a generar identidad e inclusión. La dificultad está en que actualmente son platos que no tienen el estatus que merecen en las clases sociales altas y en los restaurantes de mayor categoría.

El sancocho se disputa el lugar de plato "integrador" porque se prepara en todas las regiones y algunas lo consideran su plato más representativo.

El tamal, como se ha dicho, es una preparación común a todas las regiones. Cada una de ellas tiene su propia versión. Tiene un enorme valor simbólico ya que está muy vinculado con nuestras raíces indígenas.

"Si uno quiere buscar un plato que resuma el mestizaje es el tamal. Con los productos del mundo moderno y las preparaciones indígenas. Tener como misión mostrarse a nivel internacional"
Medios. Medellín.

3. "Los Platos que representan al país"

1. Escoger un plato típico colombiano

3. Por ser el plato que más gusta (tanto a propios y foráneos)

En aras de potenciar la gastronomía como factor turístico, que es el propósito central de este estudio, se debe pensar en un plato que tenga potencial internacional y que a la vez sea muy aceptado y preferido por los colombianos. Esta elección difícilmente llega a una opción definitiva, sin embargo, en la opinión de los públicos estudiados hay una inclinación hacia el ajiaco.



El ajiaco: La mayoría de expertos le apuntan a este plato como el que conjuga los elementos para ser el más representativo:



Mezcla ingredientes ancestrales locales con otros que son foráneos. Estos le dan identidad y cierto refinamiento al plato.

Es percibido como el plato de apariencia más agradable, de sabores y texturas delicadas. No es pesado, ni su porción individual tiene que ser gigante, es decir, no es "engorroso" para consumir. En este sentido se adapta para ser servido incluso en manteles.

Aunque en cuestión de gustos no hay un consenso, según los expertos el ajiaco siempre estará entre los preferidos por los colombianos. Para los turistas internacionales es el plato fuerte más adaptado a su gusto.

Hace presencia en todo el país. Es un plato común en las casas, especialmente de clases medias y altas..

- La dificultad del ajiaco está dada en su reconocimiento como un plato propio de la cocina santafereña y no tiene versiones en cada región como sí sucede con el sancocho, por ejemplo.
- Se prepara en todo el país pero siempre se asume que es el "ajiaco santafereño". Elegirlo puede despertar celos en las regiones y calificarse como centralista.

3. "Los Platos que representan al país"

1. Escoger un plato típico colombiano

3. Por ser el plato que más gusta (tanto a propios y foráneos)

Después del ajiaco, en un segundo nivel, las preferencias se dispersan entre otros grandes platos regionales. Obviamente la elección de uno u otro despierta los celos propios del regionalismo. Entre los otros que más gustan se destacan.

- ➡ **El tamal:** estos envueltos se resaltan como una preparación muy auténtica y común a todo el país. Sin embargo, es un producto que no atrae tanto a las nuevas generaciones.
- ➡ **El pescado frito:** es un plato muy asociado a las vacaciones, al placer y al mar. Es un plato que no es fácil de preparar en cualquier otro lugar del país.
- ➡ **El sancocho:** Es en general muy apreciado, pero no se ve como el plato más internacional
- ➡ **La bandeja paisa:** algunos indican que no puede desconocerse el reconocimiento que ya ha alcanzado y su amplia popularidad. Sin embargo hay muchas críticas contra la desmesura de este plato.
- ➡ **La cazuela de mariscos:** se ve muy cercana al gusto internacional, aunque no se ve tan clara su identidad colombiana



"He comido sancocho, ajiaco, bandeja paisa y el que más me gusta pues no sé, depende, por ejemplo en Cali el sancocho de gallina es excelente. Pero lo que me encanta de Colombia es el arroz con coco con pescado, es un plato suave, me parece la cosa más increíble; el mondongo es un plato más fuerte y la cazuela es más pesada, el ajiaco es el que prefieren los enguayabados también, yo te puedo asegurar que un ajiaco no va a tener un igual en el mundo"

Chef. México



3. "Los Platos que representan al país"

2. "Inventar" un plato

Algunos expertos, especialmente los nuevos chefs, hablan de buscar un **nuevo plato**. Proponen construir, o hacer una reinención, a partir de alguno de los platos tradicionales.

Como se discutirá más adelante, estos expertos creen que la cocina colombiana puede tener un lugar en el mundo si se posicionan propuestas vanguardistas como deconstrucciones o fusiones de nuestras cocinas regionales, que tengan elementos representativos, tanto en los ingredientes de su preparación como en la estandarización de su presentación.

"Es que uno debe arriesgarse un poco, el asunto es saber qué se puede fusionar y de alguna manera cambiar un poco las texturas, los sabores, las formas de preparación, sin miedo. Los platos que uno comía antes tenían otros sabores, los sabores también cambian, como cambia la manera de alimentarnos, que cada vez es más saludable, como cambia el gusto en las nuevas generaciones"
Chef. Medellín



3. "Los Platos que representan al país"

3. Ser representados por otro producto, no por un plato

Al discutir lo que nos debe representar, normalmente se habla de platos. Pero en el transcurso espontáneo de las entrevistas, se plantea la alternativa de buscar otro tipo de productos que representen mejor nuestra cocina.

El problema es que en la búsqueda de un "gran plato" se opacan u olvidan productos gastronómicos más pequeños y cotidianos, que podrían generar más consenso y ser más representativos.

El valor y el potencial de estos productos para representarnos está claramente explicado en el capítulo II. Los productos son:



Las frutas: generan asombro y fascinación en los extranjeros. Para algunos expertos y turistas, Colombia debería buscar que las frutas lo representen como lo mejor de su gastronomía.

El café: ya es emblema nacional y algunos expertos insinúan que debería ser también la imagen principal de toda nuestra gastronomía.

Algunas "entre comidas" como fritos y algunos horneados: varios de los platos pequeños, como se explicó en el capítulo II, son el encanto de propios y extraños. Allí podríamos encontrar lo que nos represente.



En cuanto a fritos, se destacan las empanadas. También se valoran mucho las carimañolas, aborrajados, buñuelos y marranitas.

Las arepas también son candidatas porque tiene expresiones propias en casi todas las regiones y permiten múltiples preparaciones. Son integradoras.

La panadería puede ser una opción para representarnos. Pandebono, almojábana, pandeyuca y pandequeso son los más destacados.

Las "entre comidas" permiten versatilidad para contextos de promoción del país en el exterior.

3. “Los Platos que representan al país”

Los turistas extranjeros dicen



En general la opinión de los turistas extranjeros está enmarcada por el desconocimiento de los platos representativos de la culinaria nacional. Sin embargo rescatan y debaten sobre las propiedades de los platos que conocen, exaltan los sabores que les causaron impresión y dan su opinión sobre la comida que está presente durante su estadía en el país.

Las impresiones más destacadas de los turistas extranjeros se condensan así:



El **ajiaco** es el plato de mayor aceptación y valoración por su fino sabor y sus particulares características

El **sancocho** genera una lejana conexión con algunos turistas por la similitud con preparaciones campesinas de su propias cocinas. En general es visto como un plato que motiva la interacción social. Es el plato de reunión y el “desenguayabe”.

La **bandeja paisa** es destacada como el plato de la abundancia, particularmente por los europeos

Las **frutas tropicales** son, en pocas palabras, el mayor encanto de Colombia en cuestión de sabores. Generan una reacción y conexión emocional inmediata al mencionarlas

Las **“entre comidas”** como empanadas, pandebonos, pandeyucas, buñuelos, carimañolas, arepas y marranitas, por nombrar algunas de las mencionadas, hacen más presencia en la cotidianidad de los extranjeros que los platos fuertes representativos. Por este motivo generan mayor recordación y son asociados con mayor frecuencia como productos típicos del país.

“La bandeja paisa es rica, pero nunca podría terminarla, si lo hiciera no podría comer por dos días!, tiene demasiados fritos y es muy grande, es como para compartir”
Turista Vacacional coreano. Medellín.

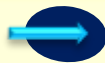
“Lo que más me gusta son los jugos de fruta, acá tomo jugos de fruta con cada comida, yo creo que es la mayor ventaja de Colombia frente a otros países son los jugos, en ningún país he tomado tantos jugos ricos”
Turista de trabajo mexicano. Bogotá.



4. Rituales en la preparación y el consumo

4. Rituales en la preparación y el consumo

Desde algunos expertos, se resalta la riqueza que existe alrededor de las costumbres y ritos en la preparación y el consumo de los alimentos. En ello hay una carga simbólica muy importante, especialmente en torno a la socialización y a las fiestas, y que en últimas refuerza la integración y la identidad.



“Que no sabemos disfrutar la comida”

Hay una posición crítica de algunos expertos y de ciertos turistas experimentados, que sienten que en Colombia no hay una gran “cultura” alrededor de la cocina, especialmente en lo que concierne al placer de consumirla.

En ese sentido, indican que no se le da tanta importancia al momento de comer como en otras culturas. Hay poca solemnidad y, según ellos, se “come por comer” y es poca la ritualidad en la mesa.

Estas percepciones se deben recoger con cuidado, pues en ellas prevalece cierta mirada euro-centrista: pensar que “no sabemos comer” o “no disfrutamos del momento de comer” son apreciaciones que surgen de la comparación con otras culturas que han tenido unas creencias, unos valores y un contexto histórico muy diferente al nuestro. Sin embargo, hay algunos de estos elementos que pueden adecuarse en aras de proporcionar mejores experiencias a los turistas.



4. Rituales en la preparación y el consumo

A continuación se analizarán **unas situaciones alrededor de la comida que se constituyen en rituales interesantes y característicos de la cocina colombiana**. Es importante aclarar que algunos de estos rituales no son muy evidentes, ni siquiera para los expertos (y menos para los turistas extranjeros), por lo cual la mayoría de las observaciones surgen principalmente de nuestro análisis.

Estas ocasiones generan unos rituales muy interesantes que son los que vamos a analizar



- Fiestas Familiares
- Otras comidas de paseo
- Compartir en picadas
- La fiesta del sacrificio
- Las festividades
- Fiestas populares en torno a un producto

En muchas de estas ocasiones están muy presentes los licores, especialmente el aguardiente.

4. Rituales en la preparación y el consumo

Fiestas Familiares

- La comida en Colombia tiene un lugar importante en reuniones y fiestas familiares, especialmente para celebrar rituales de paso, recibir visitas o para las congregaciones periódicas de toda la familia.
- Algunos fenómenos propios de la contemporaneidad como la reducción del tamaño de las familias, la inserción de la mujer en el mundo laboral y en general el disponer de menos tiempo para cocinar, han hecho que muchos de los platos típicos, cuya preparación es dispendiosa, queden destinados casi exclusivamente para este tipo de fiestas y celebraciones.



"Para yo ponerme en esas tiene que ser que nos reunamos todos los hermanos o que haya un paseo o una fiesta, porque qué se va a poner uno a hacer un sancocho pa' solo cuatro personas"

Turista Nacional, Armenia



El fogón de leña

La cocina en leña implica una logística y unos elementos que remiten al campo, que trae evocación y que potencia sabores y olores, pero que además representa un espectáculo visual muy atractivo. Esa misma experiencia se ha trasladado a algunos restaurantes típicos regionales, especialmente los que se ubican en carreteras.

4. Rituales en la preparación y el consumo



Otras comidas de paseo

Otra preparación colombiana común en el paseo, aunque ha caído más en desuso, son los tamales y los fiambres que se llevan envueltos en hojas de plátano.

También son comunes los asados, más propios para hacer en las fincas y que, de alguna manera, han sido más de élite.

“Si uno hace memoria, me acuerdo de los paseos con los papás y que las abuelas sacaban el fiambre, y era envuelto en hojas: posta, papa, arroz...”

Turista Nacional. Medellín

Sancocho: donde todos ponen, todos hacen y todos comen

El sancocho tiene un lugar especial en muchas vivencias de carácter popular: paseos, salidas campestres, fiestas y eventos comunitarios.

El rey del paseo: El sancocho tiene la preparación más tradicional para los paseos, generalmente se da en un día festivo y con muchos, y mejor si es en un charco. Se reparten labores para que participen todos, se charla, y se goza mientras lentamente todos los ingredientes van a dar al hervor de una olla en el fogón.

El sancocho es solidaridad y convivencia: El sancocho no solo integra familias sino comunidades: es el plato para todo tipo de congregaciones populares: un convite, un encuentro de barrio, una huelga, una reunión política... en ese sentido significa solidaridad y comunión: es donde todos ponen, todos hacen y todos comen

Compartir en picadas

Se resalta el gusto, quizás creciente, por consumir los platos en forma de picada, fritanga o mixto. Es una oportunidad para probar distintas carnes y productos de una región, como sucede por ejemplo en un mixto santandereano o en un asado huilense.

Además es una forma también de compartir, porque a los colombianos en general les gusta “pasarse” y compartir sus platos.

4. Rituales en la preparación y el consumo

La fiesta del sacrificio

- Hay celebraciones alrededor del sacrificio de los animales en las que se mezcla la experiencia gastronómica con la fiesta. No es casual el gusto por estas celebraciones comunes a todas nuestras herencias étnicas. En ellas se goza y se exorciza...
- Este es el caso (recientemente polémico) de las “marranadas” en diciembre, que están acompañadas de licor y en donde se preparan y consumen todas las partes del cerdo.
- Algo similar sucede eventualmente con el sacrificio de las gallinas, piscos, cabritos o cuy.
- En el llano y en otras regiones ganaderas es común apreciar el sacrificio de la ternera, lo cual hace parte fundamental del ritual.



La ternera a la llanera

El caso de la ternera a la llanera es muy especial porque todo el ritual de preparación se ha llevado a sus restaurantes. Allí se observa la empalizada y cómo se van sustrayendo las carnes.



4. Rituales en la preparación y el consumo

Las festividades

Además de ritos de paso hay unas fiestas que implican un despliegue alrededor de la gastronomía.

Semana Santa y Navidad

En las diferentes regiones del país hay productos asociados a épocas particulares del año. Dos ejemplos de ello son los dulces y los pescados de Semana Santa y la natilla y los buñuelos en Navidad.

Semana Santa en la costa: época de dulces y pescados.

En la costa la asociación de la Semana Santa a algunos platos típicos y a los dulces es particularmente fuerte. Son típicos el consumo de icotea, el revoltillo y las sopas de pescado y los dulces, especialmente el mongo mongo. En ciudades como Montería, Cartagena y Barranquilla se celebran festivales de dulce durante esta época.

La característica de la Navidad es la preparación de platos con preparaciones muy dispendiosas y para mucha gente; son típicas las marranadas, la lechona, la mamona, el manjar blanco, los panes de navidad, los insulsos, el arroz con leche, entre otros.



La natilla y los buñuelos para celebrar la navidad en Antioquia y eje cafetero

En Antioquia y el Viejo Caldas la natilla y los buñuelos son los platos típicos de la navidad. Hasta hace unos años era muy común la preparación tradicional de la natilla. Muchos recuerdan con cariño y nostalgia el ritual que empezaba en la madrugada - generalmente en las fincas, en donde se reunía toda la familia extensa - y que incluían horas y horas de estar moliendo y revolviendo en pailas enormes, algunas veces en fogones de leña. La natilla se acompañaba con buñuelos y hojuelas. Aunque las hojuelas han dejado de ser comunes, la natilla y los buñuelos se siguen consumiendo ampliamente, ahora casi siempre hechos con harina comercial.



4. Rituales en la preparación y el consumo

Fiestas populares en torno a un producto

En todos los pueblos colombianos hay algún tipo de fiesta anual en donde también tienen un espacio las especialidades gastronómicas de la zona, especialmente las frituras y “entre comidas” ofrecidas en ventas callejeras.

Entre estas fiestas, son comunes las celebraciones que enaltecen algún cultivo o un ingrediente culinario.

Ejemplos de algunos reinados alrededor de productos gastronómicos en la costa Atlántica:

- Reinado Internacional del Coco en San Andrés, Reinado del Mar y del Coco en San Bernardo del viento y Reinado del Coco en San Juan de Urabá.
- Reinado de la Papaya en Valencia y Reinado del mango en Malagana.
- Reinado de la Mojarra y la Patilla en Momil.
- Reinado del Bollo Dulce, de Mazorca o Poloco en Cereté, y Reinado de la Chicha en Carito.
- Reinado de la Panela en Colomboy.



Además de las fiestas mencionadas, están también las **grandes ferias y carnavales**. En ellas, hay unos platos que tradicionalmente han estado presentes y que se consideran parte esencial de la fiesta.



Ejemplo de platos típicos asociados a carnavales y festivales

Carnaval de Barranquilla:

El sancocho de guandú con carne salada es uno de los platos insignias del Carnaval.

Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco:

Además del asado huilense, son típicos la lechona, la mamona, los tamales, los capones de ahuyama y el sancocho de gallina.

Festival de Música Popular Amazonense “Pirarucú de Oro”:

Se celebran en Leticia y se ofrece el lomo o las costillas asadas de pirarucú, acompañados de farofa y cerveza.

En este tipo de fiestas hay una oportunidad interesante, pues se podría aprovechar su fuerte arraigo popular para potenciar las actividades gastronómicas que ya existen y para desarrollar otras nuevas.



5. Una reflexión sobre la identidad desde lo gastronómico

5. Una reflexión sobre la identidad desde lo gastronómico

En este apartado se plantea una reflexión sobre el problema de la identidad en el país y en particular por la falta de sentido de pertenencia y sus implicaciones en la cultura gastronómica de los colombianos.

Se abordarán los siguientes temas:

Un país de regiones, muy diverso

La falta de sentido de pertenencia

Consecuencias en la cultura gastronómica

En busca de una identidad



5. Una reflexión sobre la identidad desde lo gastronómico

Un país de regiones, muy diverso

Como se explicó al principio de este capítulo, Colombia es un país de regiones, que se caracteriza por ser muy diverso.

La diversidad cultural de Colombia, visible en las diferentes manifestaciones culturales, es propia también de la cocina. Al igual que con la música, hay muchas cocinas, por lo que es difícil hablar de un solo plato, o incluso un concepto que nos caracterice y represente.

Por esta razón, en lugar de buscar una identidad colombiana, algunos prefieren hablar de identidades regionales. Esta es la opinión de quienes se oponen a hablar de un plato nacional que nos identifique y nos represente.



“La identidad del colombiano es regionalista. Conocemos, nos apropiamos y queremos, pero sólo lo de nuestra región.”
Restaurador. Medellín

5. Una reflexión sobre la identidad desde lo gastronómico

La falta de sentido de pertenencia

Otro rasgo característico de Colombia es lo que algunos llaman “falta de sentido de pertenencia”, “falta de identidad”, “falta de amor por el país” o “vergüenza de ser colombiano”.

Hay muchos discursos y debates alrededor de las causas que explican esta falta de sentido de pertinencia, así que nos limitaremos a mencionar algunas:



→ Como los otros países latinoamericanos, Colombia apenas empieza a construir su identidad nacional desde su independencia (200 años), que es un tiempo relativamente corto en contraste con lo que sucede con otros países europeos.

↳ Nuestro país no ha tenido una gran civilización en que apoyar un discurso de construcción de identidad (a diferencia de Perú con la cultura Inca o de México con la Maya y Azteca).

→ Se suma a esto la mentalidad colonial y el hecho mismo de haber pertenecido siempre al “tercer mundo”, que hace que históricamente hayamos tenido nuestra mirada y nuestros referentes culturales en Europa o Estados Unidos, y no en nosotros mismos.

La falta de sentido de pertenencia debe matizarse, pues también hay entre los colombianos sentimientos de amor al país, a la tierra y a las tradiciones. Se trata en últimas de sentimientos encontrados que se manifiestan en una dinámica compleja de amores y odios.

“La identidad de los colombianos es muy regional, no hay una identidad homogénea. Lo homogéneo que podríamos tener es la falta de pertenencia por lo nuestro: en Colombia todos sufrimos de lo mismo, y es que ponemos un velo ante nosotros y todavía copiamos lo que nos ponemos, la música que oímos, lo que comemos”
Chef. Cali.

5. Una reflexión sobre la identidad desde lo gastronómico

La falta de sentido de pertenencia

La falta de sentido de pertenencia

→ También han pesado la violencia y las dificultades que históricamente han azotado al país, además del estigma y la mala fama de los colombianos, que han hecho que el país hubiera estado prácticamente vetado durante un largo periodo para el turismo internacional.

Las rivalidades regionales han hecho aún más difícil el lograr puntos de encuentro, consensos y acuerdos nacionales.

“Cuando tú no tienes cariño por el país no quieres mostrarlo, pero si estás orgulloso la gente quiere invertir, traer a su gente, mostrar lo que hay acá...y uno puede decir: “comámonos una empanada con una Colombiana, qué delicia!... pero cuando el país está desbaratado qué orgullo nos va a dar”

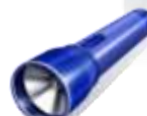
Hotel . Cartagena

“Yo pongo el ejemplo de cuando estaba en Estados Unidos haciendo una cola y estaba una señora allí; me escuchó hablando y me dijo, tú eres costeño, yo le dije, tú eres paisa, y dice un extranjero –“Hay están pintados los colombianos”, cuando la apreciación sería “tú eres colombiano”. ,

Investigador. Barranquilla.

→ Históricamente, ha prevalecido la preferencia por lo de afuera (sobre todo en las élites), creyendo que lo propio es más modesto, más ordinario, más “folclórico” en sentido peyorativo. En el arte, en la música, en el deporte, en la moda y en las marcas, nos ha costado sentir que lo nuestro es bueno o es mejor.

Si bien ésta ha sido nuestra actitud histórica, en los últimos años crece el interés por reivindicar lo propio y el amor por el país. Esto se manifiesta especialmente alrededor de la música, la moda, las marcas nacionales, el orgullo por nuestras ciudades y por la riqueza del país en general.



5. Una reflexión sobre la identidad desde lo gastronómico

Consecuencias en la cultura gastronómica

La falta de sentido de pertenencia, que por supuesto no son exclusivos de Colombia, han tenido unas consecuencias en la cocina y en las demás manifestaciones de nuestra cultura. En la cocina particularmente se han reflejado en cuestiones como:



Desconocimiento, por parte de los colombianos, de nuestras propias cocinas regionales.

Falta de consciencia de nuestras riquezas naturales, dentro de ellas la riqueza de ingredientes.

Subvaloración de la cocina propia: lo que no se conoce no se valora.

Se ha intentado satisfacer al limitado turismo internacional, especialmente en ciudades turísticas como Cartagena o Bogotá, con una oferta de comida internacional, lo cual no se corresponde necesariamente con las expectativas de los turistas. .

Hemos sido muy permeables a las influencias gastronómicas extranjeras.

Ha habido preferencia por la cocina internacional: lo de afuera tiene más estatus, lo colombiano se considera de mal gusto, de menos estatus o de segunda categoría.

Como consecuencia, no ha habido una demanda interna lo suficientemente amplia por la comida colombiana..

Finalmente muchos platos, productos y técnicas tradicionales han caído en desuso, se han perdido, o están solo en inventarios de expertos o en el saber de portadores de tradición.



5. Una reflexión sobre la identidad desde lo gastronómico

En busca de una identidad

- ➔ Algunos expertos expresan una preocupación profunda por los platos, productos y saberes que se han perdido, y por los que en este momento se están perdiendo. Muchos se han dedicado a investigar en diferentes regiones, haciendo una labor importante de rescate.
- ➔ Particularmente en este momento hay entre algunas personas una pregunta alrededor de nuestra identidad, nuestras raíces y tradiciones y nuestro lugar en la historia. En el campo de la cocina esta pregunta coincide con una tendencia internacional por volver a las tradiciones.
- ➔ Las investigaciones e inventarios son muy valiosos como registros del patrimonio, pero a veces no dan cuenta de la presencia y oportunidades reales que tienen hoy esos productos y saberes.
- ➔ Sin desconocer la importancia del rescate de tradición, se deben concentrar los esfuerzos en potenciar aquellos productos que realmente tengan una presencia y un potencial importante frente al público colombiano e internacional, teniendo el cuidado de adaptarlos a las necesidades y condiciones actuales.



“En los años 60s apareció Paul Bocuse, el de la nouvelle cuisine francesa, y se puso de moda. El había estado en oriente y trajo la sobriedad japonesa, los adornos, el desengrase, todo eso, y servía una cosa pequeñita y la gente pagaba lo que fuera, porque era Bocuse. Los franceses se cansaron de eso, y volvieron a sus estofados, a sus carnes, a sus cosas tradicionales. En España mismo todo está volviendo, todos los cocineros están girando alrededor de lo propio, con pequeñas innovaciones.”

Investigador. Bogotá





6. Tradición vs. nuevas propuestas

6. Tradición vs. nuevas propuestas

En el propósito de buscar los caminos para el desarrollo de la gastronomía colombiana, vamos a detenernos en el debate entre quienes defienden que la cocina tradicional debe prevalecer y quienes creen que la comida colombiana se debe revisar, repensar y reinventar.

Se explicará quiénes son los defensores de cada una de estas dos posiciones, bajo qué argumentos las defienden y qué proponen para desarrollar la gastronomía colombiana. Al final del apartado proponemos un tercer camino con base en nuestra evaluación de las dos posiciones planteadas.

Abordaremos el debate a partir de tres siguientes temas:



1. La defensa de la tradición

2. Las nuevas propuestas

3. Una tercera Vía

6. Tradición vs. nuevas propuestas

Los protagonistas del debate

Este debate se da tanto en el terreno académico como en un nivel práctico, pues de él parten los proyectos de restaurantes de las ciudades y los posibles caminos para el desarrollo e internacionalización de nuestra gastronomía.

A continuación se explica quiénes son los defensores de cada una de las dos posiciones:

Los que se inclinan por la tradición

- Investigadores y académicos, que muchas veces se han dedicado durante años a explorar platos, a veces recorriendo regiones o comunidades específicas.
- Generalmente tienen una amplia experiencia y conocimiento, y esto hace que defiendan sus hallazgos y premisas con cierta radicalidad.
- Además de investigadores y académicos también hay restauradores o chefs, que han trabajado por el rescate y la preservación de una tradición culinaria autóctona.
- Normalmente son de mayor edad que los defensores de las nuevas propuestas.

Los que se inclinan por las nuevas propuestas

- Predominan los chefs más jóvenes, que muchas veces han explorado otras cocinas del mundo y llegan influenciados por tendencias globales.
- Los nuevos críticos gastronómicos y los expertos más cercanos a lo que está pasando con el turismo, el mercadeo y la comunicación de lo gastronómico.
- Trabajan o promueven lo que se hace en restaurantes de nuevas propuestas.
- En general, esta tendencia cala más entre la gente más joven y de más alto nivel socioeconómico.

Los que defienden la tradición se niegan más a las nuevas propuestas, mientras que los que se inclinan por las nuevas propuestas tienden a aceptar la tradición (aunque a veces no la conozcan tanto).

6. Tradición vs. nuevas propuestas

1. La defensa de la tradición

Quienes defienden la tradición insisten en que deben respetarse las versiones auténticas de los productos gastronómicos de un país.

Esta defensa surge de una preocupación por la conservación y consolidación de un patrimonio en torno a lo gastronómico, que se suma a la construcción de una identidad nacional.

Por qué defienden la tradición?



Consideran que las cocinas son un elemento central de la cultura y es esencial cuidar este patrimonio, pues la tradición culinaria es tan importante como el patrimonio arquitectónico, arqueológico, la artesanía y las diversas manifestaciones artísticas y culturales.



La cocina se construye desde lo anónimo, desde lo auténticamente popular y campesino, y por eso no tiene sentido renombrar ni reinventar platos.



Tenemos un acervo culinario muy rico y diverso. Lo que hace falta es conocerlo más y difundirlo.



La cocina tradicional fue con la que crecieron muchas generaciones, y esto genera el placer del recuerdo, de la remembranza. Además es la que es común a nuestra gente y a nuestras raíces.



La comida típica de todas maneras cuenta con una gran demanda y de eso da fe la existencia de muchos restaurantes típicos regionales.



6. Tradición vs. nuevas propuestas

1. La defensa de la tradición

Ataques a las nuevas propuestas

Consideran que la cocina tradicional es la que siempre prevalece, como se demuestra en la tendencia de volver a las raíces que se evidencia en varias gastronomías del mundo. De ahí que vean en las nuevas vertientes solo modas pasajeras.

Piensan que lo que se hace con la deconstrucción y otras nuevas expresiones de la cocina es atentar y dañar la esencia de los platos tradicionales.

Algunos más radicales sostienen que expresiones como “lo gourmet” y “lo gastronómico” son esnobistas y van en contra de enaltecer las cocinas locales. Indican que en esos términos no debe buscarse el camino de la consolidación de la cocina colombiana.

“Lo que hacen muchos de esos chefs no es deconstrucción sino destrucción”
Chef. Bogotá.

“Lo que pasa es que precisamente el termino gourmet viene de aquel probador y conocedor que sabía dónde sentarse para disfrutar una buena comida; pero acá el concepto no es ese, es más un concepto esnobista que titula, lo mismo que gastronomía: usted titula gastronómico y gourmet y es denominador de prestigio, mas no es a partir de un conocimiento de lo que está queriendo caracterizar con esas palabras.”

Académico. Medellín.



6. Tradición vs. nuevas propuestas

1. La defensa de la tradición

Qué proponen

Especialmente desde los investigadores y académicos se propone un trabajo muy estructural y juicioso para defender la cocina tradicional:



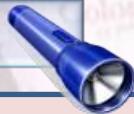
→ Un trabajo profundo de investigación, reconocimiento y rescate de los productos ancestrales.

→ Capacitación y apoyo a los productores artesanales para mejorar la calidad de sus productos.

→ Difusión de las tradiciones culinarias y de las producciones artesanales, orientada especialmente al público nacional.

Están de acuerdo con los que abogan por las nuevas propuestas en que los platos deben mejorar su presentación e incluso moderar el tamaños de las porciones.

Observaciones



- 🔦 Estas preocupaciones por lo eminentemente tradicional, si bien tienen un propósito loable, en varios aspectos van en contravía de tendencias globales, de los gustos de las generaciones más jóvenes y de las preferencias de buena parte de los turistas.
- 🔦 Debe entenderse que los argumentos de quienes se inclinan por la tradición se plantean más desde un propósito de búsqueda de identidad nacional, que desde las potencialidades de una oferta gastronómica para el turismo.
- 🔦 En general es un discurso muy académico, y su preocupación gira más alrededor de educar y generar conciencia que de crear un mercado y una demanda real.

6. Tradición vs. nuevas propuestas

2. Las nuevas propuestas

Quienes defienden las nuevas propuestas sienten que la cocina típica colombiana es interesante y tiene un valor patrimonial, pero que debe ser repensada en lugar de quedarse en sus versiones tradicionales.

Parten de una visión más global: entender lo que está pasando en el mundo e insertarse en las nuevas tendencias.

Por qué defienden las nuevas propuestas?

Piensan que la creatividad tiene un lugar fundamental en la gastronomía porque la cocina es dinámica y, como el arte y otras expresiones, debe seguirse creando y reinventando.

Varios de ellos parten de muchas dificultades que ven en los platos típicos colombianos (explicadas en este capítulo) y en ese sentido no ven viable que esto siga siendo la cocina que nos represente.

Algunos indican que el mayor potencial de Colombia está en los ingredientes y no tanto en los platos típicos.

“Lo ideal sería ir más allá de los platos típicos que todo el mundo conoce, tenemos tanta riqueza en otros platos y en los mismos productos, que podríamos tener una cocina envidiable. Pero lo que pasa es que la gente no tiene ni idea de todo esto. Por eso yo quiero que la gente tenga una experiencia distinta con lo colombiano”

Restaurador. Cartagena.



6. Tradición vs. nuevas propuestas

2. Las nuevas propuestas

Entre ellos se pueden identificar dos vertientes:

Los que
“deconstruyen”

Piensan que se debe innovar, pero conservando el sabor y la esencia de los platos típicos tradicionales. En este sentido elaboran los mismos platos, pero con una estructura diferente. (Por ejemplo una bandeja paisa en otra versión)

Los que “reinventan”

No parten necesariamente de un plato típico, sino desde ingredientes o técnicas tradicionales colombianas, incorporándolos a una cocina de autor, o fusionan un plato colombiano con uno de una cocina internacional.

No se puede partir de la nada

Algunos sostienen que, bien sea para deconstruir o para reinventar la cocina colombiana, se deben conocer bien las raíces y tradiciones culinarias.



En este sentido, ellos mismos critican que algunos de quienes están haciendo nuevas propuestas están partiendo de la nada y no de una investigación o un estudio juicioso.



6. Tradición vs. nuevas propuestas

3. Una tercera vía

La coexistencia entre lo tradicional y las nuevas propuestas



El desarrollo gastronómico es más viable en la medida en que se construya a partir de las dos posiciones anteriores: consolidando una oferta de lo tradicional, pero también impulsando las nuevas propuestas gastronómicas.



Incluso se entiende que, en la medida que cualquiera de estas dos posiciones se vaya desarrollando, irá alimentando y jalonando la otra. Es decir, si las nuevas propuestas colombianas adquieren un reconocimiento nacional e internacional, lo más probable es que esto estimule una demanda sobre la comida tradicional colombiana y viceversa.

Esta vía coincide con lo que ocurrió en el boom gastronómico peruano, en donde fue tan importante el rescate y valoración de la tradición como la creación de nuevas propuestas. Al igual que en Perú, en muchos otros países coexisten las dos vertientes y lo que sucede es que efectivamente se da una sinergia, logrando un reconocimiento mayor de su gastronomía y convocando más demanda nacional e internacional.

Por qué la una necesita de la otra?

En Perú se comprendió que este apoyo entre la tradición y las vanguardias gastronómicas, permitiría construir una gastronomía que a la postre tendría un indiscutible prestigio internacional. Así es el camino que han seguido las gastronomías de mayor reconocimiento en la actualidad.

“Los españoles tienen una gastronomía de siglos, que es deliciosa y muy interesante. Pero ellos siguieron adelante y mire lo que tienen hoy en día: una cosa nueva, moderna, que nadie más tiene, y se pasaron a todo el mundo por la faja, y no es porque abandonaron su historia sino porque antes la han sabido aprovechar”
Chef. Bogotá

El desarrollo gastronómico de un país necesita de ambas cosas: rescate y revaloración de la tradición, pero a la vez debe ser dinámico y necesita seguir creando.

Ambas miradas responden a tendencias internacionales: de un lado los tradicionales se benefician de la tendencia a buscar las raíces, lo vernáculo: Las nuevas propuestas entre tanto, se benefician por la tendencia a valorar la creatividad, el juego de los sentidos, las cocinas de autor.

6. Tradición vs. nuevas propuestas

Por qué la una necesita de la otra?

1. Por qué la cocina tradicional necesita de las nuevas propuestas

Así no se cambie la esencia de los platos tradicionales, las nuevas propuestas revitalizan la tradición, ayudándole a:

Un ejemplo se da con la "cazuela de frijoles", que es una variación de la bandeja paisa aceptada por los tradicionalistas atendiendo las nuevas tendencias gastronómicas.

- ➡ Adaptar y reducir las porciones
- ➡ Mejorar la presentación de los platos
- ➡ Dinamizar la atmósfera de los restaurantes
- ➡ Incorporar nuevas técnicas culinarias.
- ➡ Optimizar técnicamente sus cocinas
- ➡ Darles mejores experiencias a los comensales.
- ➡ Adaptarse a las tendencias y estándares internacionales
- ➡ Hacerla más atractiva a los públicos más jóvenes ó contemporáneos.



2. Por qué las nuevas propuestas gastronómicas necesitan de la tradición

La tradición da un punto de partida, unos saberes fundamentales en preparaciones, ingredientes, historia, cultura y otros elementos que son una cantera para la creación de nuevas propuestas.



"Yo creo que lo mejor que está ocurriendo en gastronomía en este momento es este "mirar hacia adentro", esta es la mejor comida. Si uno no respeta y quiere esto, las recetas tradicionales de su país, entonces no hay futuro."
Anthony Bourdain. Sin Reservas

- ➡ Si las cocinas de vanguardia tienen esas bases colombianas van a ser más apreciadas por los turistas internacionales que, normalmente quieren probar lo autóctono.
- ➡ La tradición también aporta a las nuevas propuestas un público local inmenso que ya tiene unos sabores aprendidos y que busca similitudes con esos sabores ancestrales.
- ➡ La oportunidad de explorar rituales y de tener una atmósfera autóctona que dan identidad a la experiencia gastronómica, lo cual es muy buscado y valorado por los turistas.

Capitulo IV

Los restaurantes y sitios de comida



Los restaurantes y sitios de comida

Luego de examinar los principales productos, entramos a analizar los lugares donde se consume la cocina colombiana, partiendo de una útil clasificación.

Luego se exploran los diferentes elementos que rodean la experiencia gastronómica en estos restaurantes, tales como la decoración, la mesa, el servicio y la vajilla. Por último se presenta una mirada breve a lo que está pasando actualmente en la oferta gastronómica en las principales ciudades del país, incluyendo la oferta de cocina internacional.

A continuación se muestran las cuatro partes de este capítulo:

1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

2. La carencia de restaurantes con un carácter más “nacional”

3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

4. La oferta gastronómica nacional e internacional



1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

A continuación se presenta un análisis de los negocios donde hay presencia de la comida colombiana. De cada categoría de restaurantes se hará su descripción y se examinará cómo hace presencia la comida colombiana.

La siguiente es la clasificación de la que partimos para hacer el análisis:

1.1 Restaurantes corrientes

1.2 Restaurante típico regional

1.3 Restaurante de comida colombiana ("multirregional")

1.4 Restaurantes internacionales con una muestra de platos colombianos

1.5 Restaurantes de hoteles

1.6 Negocios de "entre comidas"

1.7 Eventos

1.8 Restaurantes colombianos en el exterior



1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

1.1 Restaurantes corrientes

Son aquellos donde se vende un menú diario basado en una cocina casera o más cotidiana; son restaurantes de bajo precio, desde los más populares en las plazas de mercado, hasta otros de un nivel más ejecutivo con unas versiones más elaboradas de menú.

- Suelen tener una carta permanente con platos muy básicos y un plato del día. Normalmente se sirve la sopa, el seco y la sobremesa.
- Suelen ser pequeños negocios, muchas veces familiares, y por lo tanto su manejo suele ser muy empírico, muchas veces con deficiencias en su servicio.
- Es el tipo de restaurante más común en zonas rurales o pueblos (que eventualmente son o pueden convertirse en destinos turísticos).



Cómo hace presencia lo colombiano

- ➔ En el menú de los restaurantes corrientes normalmente se ofrecen platos típicos, por lo general un día fijo de la semana (por ejemplo, el día del ajiaco o el día de la bandeja).
- ➔ Es en este tipo de restaurantes donde se pueden disfrutar de una variedad amplia de sopas.
- ➔ También es en estos lugares donde se prueban y se valoran las preparaciones más caseras, incluso campesinas, que en restaurantes de mayor nivel no tienen un lugar.



- Generalmente quienes han frecuentado este tipo de restaurantes son aquellos que están en Colombia por temporadas de estudio o trabajo, los que vienen a visitar a un conocido colombiano o los turistas mochileros.
- El turista vacacional familiar o de trabajo, por lo general prefiere un restaurante que ofrezca una locación más agradable y de mayor categoría, aunque sea más costoso.
- Es creciente el grupo de turistas que buscan los restaurantes donde come la gente local, movidos por un interés de tener una verdadera experiencia con la cultura. Cuando preguntan suelen ser remitidos a este tipo de restaurantes.



Pigmalion

1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

1.2 Restaurante típico regional

Los restaurantes enfocados en la comida de la propia región son muy comunes en todo el país y son éstos los que en el sentir popular se reconocen comúnmente como restaurantes de comida colombiana, así solo se circunscriban a lo regional.

Este es el restaurante frecuentado para diversión, entretenimiento, paseo y momentos de descanso y reunión familiar, por lo general los fines de semana.

Es común encontrarlos en las afueras de la ciudad.

En su ambientación se preocupan por tener algunos elementos típicos y del folclor local.

Es común que se vuelvan lugares de esparcimiento alrededor del consumo de licor y de la música.

Es en estos restaurantes donde eventualmente se puede apreciar la puesta en escena de preparaciones más ancestrales como la leña.

Para varios expertos, estos restaurantes en su menú presentan siempre los mismos platos típicos, habiendo tantas opciones de platos ancestrales en cada región.

A veces son muy arraigados a su región, lo que les impide ofrecer un menú de platos de otras regiones.

Los restaurantes típicos por fuera de su región

Los más comunes son los **antioqueños** (que están presentes en todo el país) y los de **comida de mar y de pescado** (en donde muchas veces no es muy claro si son del Caribe o del Pacífico).

En un segundo nivel de acogida y popularidad están los restaurantes de **comida llanera y los tolimenses**.

En un tercer nivel están los **vallunos y los santandereanos**, más visitados por la gente de sus colonias.

Curiosamente, es **difícil encontrar** restaurantes típicos **cundiboyacenses** en el resto del país..

Debe entenderse que en el caso de **la capital** sí hacen presencia **todas las cocinas regionales**, sin ser tan notorias estas jerarquías.

1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

1.2 Restaurante típico regional



Asaderos

- ➔ Es una oferta intermedia entre comida típica y carnes asadas, a veces denominados también “rancheros”, “parrillas”, “comida al carbón”, etc.
- ➔ Aunque algunos no se presentan como comida típica, en su menú ésta suele estar presente.
- ➔ Para muchas personas del común el termino “asadero” es lo mismo que restaurante típico

Los turistas en los restaurantes típicos regionales...



- Van a ellos cuando los llevan sus anfitriones, cuando alguien se los referencia o eventualmente por convenios con hoteles o paquetes turísticos.
- Es aquí donde logran apreciar más los rituales de preparación y consumo en torno a la socialización y el compartir de la comida y los licores.
- Particularmente en este tipo de restaurantes se sorprenden por el tamaño exagerado de las porciones.



1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

1.3 Restaurante de comida colombiana (“multirregional”)

Suelen ser restaurantes grandes donde se pretende dar una muestra de la comida colombiana en general, incluyendo ofertas de varias regiones. Son restaurantes de mayor categoría, con un público más restringido, no tan popular.



En este tipo de restaurantes se pueden identificar dos vertientes que denominaremos:

“Clásicos colombianos”

“Nuevas propuestas”

“Clásicos colombianos”

“Nuevas propuestas”

- ➔ Tienen a ser fieles a las versiones originales de los platos, las presentaciones y las formas de preparar; en este sentido no son especialmente innovadores.
- ➔ Algunos ejemplos son Club Colombia, Casa Vieja, Hatoviejo, Ajiacos y Mondongos Exquisitos, Mondongos, Cali Viejo, Donde Socorro.
- ➔ Aunque predomina la oferta colombiana, también pueden incluir en su carta algunas opciones de comida internacional o de autor, como sucede en Andrés Carne de Res.

Son escasos

- ➔ Hay ciudades capitales en donde difícilmente se puede encontrar un restaurante de estas características.
- ➔ Algunos expertos lamentan que en Bogotá y Cartagena haya muy pocos restaurantes “clásicos colombianos”.
- ➔ La falta de restaurantes de este tipo es un tema ha merecido un análisis exclusivo en este capítulo del informe.

- Muy pocos han tenido la experiencia de visitarlos debido a que hay muy pocos y generalmente son costosos. La mayoría de los que los han visitado son turistas de negocios.
- Piensan que deberían existir más restaurantes en donde tengan la oportunidad de probar y escoger platos de diferentes regiones.

1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

1.3 Restaurante de comida colombiana (multiregional)

“Clásicos colombianos”

“Nuevas propuestas”

- ➔ Son restaurantes que se consideran de cocina colombiana u operan bajo el concepto de cocina colombiana.
- ➔ Por lo general, son restaurantes casuales o de manteles.
- ➔ Entre algunos expertos, sobretodo investigadores y académicos, hay cierta resistencia frente a estos restaurantes, que contrasta con la buena acogida y valoración de públicos más jóvenes y cosmopolita, que ven aquí buenos augurios para la comida colombiana.



En estos restaurantes encontramos cuatro tipos de propuestas:

Los que rescatan platos

Los que rescatan platos

Los que “deconstruyen”

Los que usan ingredientes colombianos

Los que fusionan una cocina internacional con una colombiana

Hay algunos restaurantes cuya nueva propuesta es investigar o rescatar platos que no son los más predecibles o comunes, apartándose un poco de los mismos platos típicos colombianos que se suelen ofrecer normalmente. Es el caso de Queareparaenamorate o de Passion.

Los que “deconstruyen”

Conservan los sabores, ingredientes y a veces incluso el nombre de los platos, pero hacen una transformación en la construcción y presentación del plato (deconstrucción), como el caso de Leo Cocina y Cava.

“Por ejemplo, una morcilla que es un producto colombiano, se frie primero y se hornea después, acompañada de salsa de queso azul. Eso es colombiano: es que colombiano no es solo bandeja paisa o ajiaco”
Chef. Medellín.

1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

1.3 Restaurante de comida colombiana (multiregional)

"Clásicos colombianos"

"Nuevas propuestas"

Los que usan ingredientes colombianos

Acuden a ingredientes colombianos (frecuentemente exóticos o rescatados) como inspiración para algunos platos propios, sea cual fuere su tendencia vanguardista: comida de autor, creativa, ecléctica, internacional, fusión, molecular, comida de mercado, etc. Es el caso de restaurantes como Local, Carambolo, Minimal, Plátanos Voladores, Kiva, In Situ.



"Yo no puedo decir que mi restaurante es colombiano, pero yo sí creo que estoy haciendo otra cocina colombiana; mira que yo traigo todos estos ingredientes que te he dicho y de ahí construyo mi carta"
Chef. Cali.

Los que fusionan una cocina internacional con una colombiana

Es un tipo muy particular de restaurantes, cuyo concepto es fusionar una cocina de otra nacionalidad con una cocina colombiana, tales como:

- Dar Papaya (asiática con Caribe)
- Beit Quessep (árabe con colombiana)
- El Santísimo (colombiana con técnicas francesas)
- Diana García (cocina costeña con mexicana, thai, italiana, francesa, griega, brasileña y americana)



- Este tipo de propuestas son muy apreciadas por los turistas. Esto no impide que quieran conocer los platos típicos en sus versiones originales.
- Los internacionales que buscan estos lugares, normalmente son aquellos que se relacionan con un público colombiano de alto nivel socio económico de las ciudades capitales y/o aquellos que tienen intereses particulares en explorar diferentes propuestas y tendencias gastronómicas.
- Estas propuestas les generan menos dificultad que la comida colombiana tradicional porque por lo general están más ajustadas al estilo de otras cocinas internacionales en términos de la presentación, el tamaño de porciones y lo balanceado de los platos.



1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

1.4 Restaurantes internacionales con una muestra de platos colombianos

➔ También algunos restaurantes de cocina internacional incluyen en su carta unos cuantos platos colombianos, aunque por lo general no son protagonistas de su oferta.



A veces estos restaurantes son, junto a los de los hoteles, la única oportunidad que tienen algunos turistas internacionales para tener un contacto con la cocina colombiana.

"Además de los platos básicos colombianos, en la carta de banquetes tenemos las estaciones de frito y ofrecemos tres fiestas con menús colombianos, sobretodo para extranjeros: "Corralito de piedra", "Noches de Cartagena" y "Colombia es pasión". Además, todos los viernes hacemos en uno de los restaurantes la noche Colombiana".
Hotel. Cartagena.

1.5 Restaurantes de hoteles

➔ Algunos hoteles, (especialmente los más grandes) se han esforzado en incluir lo colombiano en su oferta (a veces a través de fusión o deconstrucción de platos). Sin embargo, no hay restaurantes exclusivamente colombianos.

➔ Algunos tienen eventos o temporadas especiales en las cuales predomina una muestra de comida colombiana.

➔ El desayuno de los hoteles

En los buffets de desayuno hay una presencia creciente de frutas tropicales y de lo que hemos denominado como "entre comidas" (panadería, fritos, arepas), exaltada cada vez más por los hoteleros, que sienten que es muy bien acogida por sus huéspedes.

Además del gusto por los fritos, hay un encanto por las frutas, que se consumen en el hotel, especialmente al desayuno. Según los hoteleros, la fascinación con las frutas es tal, que deben estar abasteciéndose constantemente.

Un caso para destacar es el del Hotel Intercontinental, que está haciendo festivales de cocina colombiana en las sedes de otros países.



1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

1.6 Negocios de "entre comidas"

- ➔ Abundan en todo el país (sean bajo la forma de cafeterías, tiendas de café, fruterías o comidas rápidas) y en ellos se ofrecen los fritos, horneados, frutas o dulces característicos de la propia región.
- ➔ En Antioquia, por ejemplo, abundan los negocios donde se venden buñuelos, empanadas, arepas, chorizos, etc.; en el Valle, sitios donde venden pandebonos, aborrajados y marranitas con champús y luladas; en la costa Caribe arepa e' huevo, carimañolas, butifarras, bollos y quibbes, y algo similar ocurre en las demás regiones.

Dentro de estos negocios, es interesante ver algunos que han sido muy acogidos y son fundamentales para consolidar nuestra gastronomía:

Los nuevos negocios de "entre comidas"

Recientemente algunos de los sitios que venden "entre comidas" tienen un enfoque más moderno y atractivo para públicos juveniles y para las clases más altas.

Algunos empiezan a hacer una presencia tímida pero bienvenida en regiones diferentes a las de su origen.

Por lo general son también tiendas que ofrecen la opción de llevar los productos preparados o congelados, frascos de conservas, dulces, etc.

Las nuevas tiendas de café

Es importante destacar la presencia reciente de nuevas tiendas de café que alientan la cultura y la demanda de esta bebida con opciones muy variadas y con ciertos elementos didácticos alrededor de la cultura del café. Entre ellas se destacan Juan Valdés, Oma y otros cafés locales.

Son espacios que se sentían necesarios en las ciudades y que se han convertido en sitios de encuentro con mucho reconocimiento.

Según los turistas internacionales, Juan Valdez y Oma son los lugares donde con certeza se puede encontrar un buen café, en contraste con su experiencia frustrante con el café que les ofrecen normalmente.

1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

1.6 Negocios de "entre comidas"

Las Fruterías o juguerías

Las fruterías son establecimientos muy comunes, por lo general pequeños, donde hay una variada oferta de frutas frescas y diferentes preparaciones, como salpicones, frutas con helado, ensalada de frutas y otras mezclas.

Negocios callejeros

Son abundantes en Colombia las ventas ambulantes, quioscos, casetas en donde se disfruta de una amplia variedad de "entre comidas", frutas y dulces. Siempre se encontrará esta oferta de productos en calles, playas y sitios turísticos.



Los turistas internacionales
Frente a los Negocios de
"entre comidas"

- A los turistas los sorprende encontrar una gran variedad de "entre comidas" y frutas en todos sus recorridos cotidianos por las calles de nuestras ciudades.
- Este tipo de lugares les gusta mucho, pues es una experiencia menos arriesgada que probar un plato fuerte (les interesa más la variedad que el volumen).
- De los distintos sitios de comida colombiana, éstos son bastante nombrados y apreciados.

Los turistas encuentran estos sitios por referencia o por casualidad. En las ciudades del interior no son tan visibles para ellos.

1. Análisis de los negocios donde se ofrece comida colombiana

1.7 Eventos

- ➔ En el auge de los eventos de carácter internacional en Colombia - especialmente en Cartagena, Medellín y Bogotá - la cocina colombiana está ganando un lugar especial.
- ➔ En algunos eventos recientes se han comenzado a ofrecer platos y "entre comidas" colombianos, particularmente ajiaco, fritos en versiones pequeñas (como empanadas, carimañolas y arepas de huevo) y jugos de frutas, con muy buena acogida en el público internacional.

"Cuando tenemos invitados internacionales queremos mostrar lo nuestro; porque para qué le vamos a dar un salmón o una paella a los reyes o a la gente del BID, si la comida de ellos se la comen mejor allá. Aquí les hemos dado ajiaco, frijoles, empanaditas, langostinos envueltos en cintas de ñame y jugos de frutas y eso les ha gustado mucho".

Organizador de eventos. Medellín.

1.8 Restaurantes colombianos en el exterior

- ➔ Visitados por las colonias colombianas en el exterior y en ciertos casos por latinoamericanos. Muy pocas veces son concurridos de manera espontánea por el público local de los países en donde están ubicados.
- ➔ Algunos tienen unas cartas muy extensas que ofrecen platos típicos, pero que en realidad suelen ser híbridos de varios platos, a veces incluso mezclados con platos ecuatorianos o mexicanos.
- ➔ Algunos parten de ser identificados como paisas, con un predominio muy claro de la bandeja.
- ➔ Se exageran ciertas características que evocan lo colombiano como:
 - ➔ La abundancia.
 - ➔ Encontrar de todo en un plato
 - ➔ La reiteración de harinas.
- ➔ Algunas veces hay problemas en la calidad de los ingredientes.
- ➔ El caso de Miami es excepcional por la amplia presencia de restaurantes colombianos, incluso algunos especializados en platos o en cocinas regionales.

El Fogón Campesino en Miami

Un caso destacado es el de El Fogón Campesino en Miami, en donde se ofrece mamona (que se asa en varas a la vista de los comensales), cachama asada (servida en hojas de plátano) y yuca. El negocio, ubicado en la calle séptima, despacha diariamente entre 300 y 500 almuerzos.

"En Londres había uno que se llama La Carreta y uno iba cada dos meses a tomarse la botellita de aguardiente y a comerse la bandeja paisa, pero es el mercado de la nostalgia. Pero que un inglés fuera a comer a La Carreta comida colombiana... no, nada que ver."
Chef. Bogotá.



2. La carencia de
restaurantes con un
carácter más "nacional"

2. La carencia de restaurantes con un carácter más “nacional”

Los restaurantes típicos regionales son los que predominan en todo el país, su demanda es amplia y por lo general permanente. Pero, como lo afirman varios expertos, hay una dificultad enorme por implementar restaurantes de un **carácter más “nacional”, que integre un menú de platos de varias regiones** y que además se le pueda dar **un estatus de medio o alto nivel** (casuales y a manteles).

En ese sentido, en el gremio se cree que en el país **no hay un mercado suficiente que frecuente y consuma este tipo de restaurantes** y de ahí las escasas iniciativas para crear restaurantes de este tipo.

Esta cruda realidad se confirma desde los mismos voceros de ACODRES (Asociación colombiana de la industria gastronómica), que manifiestan que en el gremio no hay un claro interés por crear o promover restaurantes de comida colombiana.

A continuación planteamos **las razones que inhiben a los consumidores y que hacen que la demanda por este tipo de restaurantes no sea mayor.**




2. La carencia de restaurantes con un carácter más "nacional"

Razones culturales

Falta de sentido de pertenencia

Lo temas sobre la identidad, analizados en el capítulo anterior, se convierten en la razón para que no se valore ni se sienta suficiente orgullo por lo propio. Salir a comer en un restaurante colombiano no tiene para muchos el estatus o el nivel de otras opciones. En las clases sociales más altas, cuando se trata de una comida formal o una celebración, se subestima lo nuestro y se prefiere lo de afuera.



La gente siente que es absurdo pagar por un plato colombiano lo mismo o más que por un plato internacional.

"Es que es muy difícil, tú llegas a un restaurante y te ponen un buen ajiaco con todas sus guarniciones, y que te cobren, no sé, 30 mil pesos; te duele pagar un ajiaco en 30 mil pesos, porque lo hace en la casa la empleada del servicio y con 30 mil comen los 6 de la casa"
Restaurador. Bogotá.

El desconocimiento

Se presenta un desconocimiento general acerca de la gastronomía colombiana, sus cocinas regionales y los ingredientes característicos de cada una de ellas. Algunos expertos dicen que este fenómeno se presenta porque desde la formación del hogar, no se está inculcando el gusto y el hábito de comer comida colombiana.

El regionalismo y dogmatismo

Todavía prevalece un gusto y arraigo muy fuerte por lo regional. Aún persiste cierta rivalidad o una negación de las cocinas de otras regiones. Adicionalmente hay una resistencia a explorar, descubrir y aceptar lo que otras regiones tienen para ofrecer.

Poca costumbre de salir a comer

En general, los expertos resaltan que no es una costumbre salir a comer en restaurantes, excepto para ocasiones especiales. La gastronomía, desde varios puntos de vista no ha sido una forma de esparcimiento muy acentuada en nuestra cultura y se ha limitado a algunas élites.

2. La carencia de restaurantes con un carácter más "nacional"

Otros inhibidores

Sin embargo, además de los problemas de la demanda, hay que considerar otros aspectos que inhiben la creación de restaurantes colombianos con oferta de cocina de todas las regiones:

Las tendencias no ayudan

Como lo analizamos al caracterizar la cocina colombiana, las influencias y tendencias globales en cuanto a la alimentación pueden llegar a desestimular la preferencia por nuestra cocina y afectan el consumo frecuente en los restaurantes donde se ofrece comida colombiana.

Las nuevas generaciones, particularmente en estratos medio y alto, no han crecido con una presencia fuerte de cocina colombiana. Varios platos de nuestro patrimonio culinario ya son lejanos para estos adolescentes y jóvenes.

Los restauradores no se la juegan con la comida colombiana

En las ciudades con mayor turismo internacional como Cartagena o San Andrés, se considera que la cocina internacional es la que puede garantizar una buena afluencia de turistas a los restaurantes. Excepcionalmente se hace la apuesta por un restaurante plenamente colombiano.

Algunos empresarios actúan con la convicción de que su región y sus productos representativos son los más valiosos, pensando que sólo a través de ellos serán apreciados y recordados por sus comensales. Se obstinan en mantener una oferta regional y no trascender a la oferta de platos nacionales que exigen mayor impulso para venderlos.



2. La carencia de restaurantes con un carácter más "nacional"

Otros inhibidores

Falta presencia turística

Todavía no hay una avalancha de turistas durante todo el año que colme la demanda de restaurantes colombianos. Hasta el momento, es mucho más alta la asistencia de un público nacional.

"La gastronomía y el turismo tienen que ir de la mano. Nosotros esperar que la gastronomía de Armenia florezca a fondo con los 300.000 habitantes que tiene es muy difícil. Para eso está el turismo. Inclusive en Bogotá, con los 7 u 8 millones, se necesita del turista para que eso pase."

Chef. Bogotá.

Un perfil importante de los turistas que llegan al país están buscando experiencias gastronómicas espontáneas más cercanas a restaurantes casuales y corrientes. Quieren involucrarse con la gente local, que en un restaurante de comida colombiana no pueden encontrar

Falta apoyo del estado

Algunos expertos reclaman que deben existir políticas y proyectos del estado que promuevan las iniciativas de crear restaurantes colombianos.





3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

La experiencia gastronómica, entendida como el arte de los placeres en la mesa, debe generar en los comensales una satisfacción plena, no solo a través del plato. De esta manera, la experiencia de los sabores, se complementa con aspectos como la locación y atmósfera del restaurante, la decoración, la mesa, la vajilla, los cubiertos, la música, la carta, el performance del servicio y las adecuadas condiciones higiénicas y sanitarias, que se analizarán en este apartado.

Se abordarán los siguientes temas:

3.1 Atmósfera y decoración

3.2 Los elementos para comer

3.3 La carta

3.4 El servicio

3.5 Condiciones de higiene y salubridad

3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

3.1 Atmósfera y decoración

Tradicionalmente los restaurantes colombianos han sido decorados acudiendo a lo folclórico. Hasta hace algunos años, los restaurantes típicos se caracterizaban por la desmesura en el uso de elementos y símbolos culturales tradicionales como enjalmas y alpargatas; a veces incluso los meseros atendían a los clientes disfrazados de campesinos. Este estilo folclórico de decoración dejó un fuerte estigma sobre los restaurantes típicos.



La opinión de los expertos está, en ciertos casos, viciada por este estigma, cuando en realidad estos clichés han sido muy superados por los actuales restaurantes típicos.

Cuando se habla de la atmosfera del restaurante colombiano se presentan dos posiciones:

Sobriedad

De un lado están los que abogan porque exista más sobriedad y sutileza con los detalles típicos. Aducen que lo típico debe estar en la comida y no necesariamente en el contexto.

“Soy enemigo acérrimo de la decoración de elementos como el carriel, las mazorcas de maíz seco, y los refranes con errores de ortografía, me aterra eso”

Restaurador. Medellín.



Escenificación con elementos típicos

Consideran que se debe hacer una escenificación de las cocinas tradicionales, pues un restaurante de comida típica debe ofrecer una experiencia integral con presencia de diversos elementos de la cultura regional, como la decoración y la música.

“Uno tiene que crear una estética propia”
Restaurador. San Andrés.



3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

3.1 Atmósfera y decoración

Cómo es actualmente:



- Particularmente los restaurantes de origen paisa han sido muy enfáticos en involucrar esta decoración, aunque en la actualidad muchos la han vuelto más sutil, cambiando lo folclórico campesino por los detalles “rústicos” que implican más sobriedad (ejemplo de ello es El Rancherito).
- Los de origen caribeño también acuden a elementos alegóricos al mar y la playa, usando redes, remos y pescados embalsamados, entre otros.



La música en vivo, que ya no es tan cotidiana en los restaurantes folclóricos, ha sido especialmente conservada en los restaurantes de cocinas llaneras.



En los restaurantes colombianos de nuevas propuestas prevalece un estilo muy “de autor”, influenciado por los movimientos y tendencias internacionales para sitios de este tipo. Algunos de ellos involucran sutilmente elementos artesanales.



En general, los restaurantes colombianos no dejan la sensación de tener cierta homogeneidad, carácter o concepto que los unifique en cuanto a su ambientación y decoración, como sí sucede con restaurantes de otras nacionalidades como mexicanos o chinos, en los que se evidencia un trabajo más cuidadoso de apropiación o de adecuación de elementos artesanales a la mesa.



3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

3.1 Atmósfera y decoración

Aciertos en la atmósfera y la decoración.

Los siguientes son aspectos de la atmósfera y la decoración que se pueden encontrar en algunos restaurantes colombianos, y que ayudan a enriquecer la experiencia gastronómica. En general son bien recibidos tanto por los expertos como por el público nacional e internacional.

- La experiencia campestre o al aire libre, que aprovecha el clima y el paisaje. Las matas y jardines son comunes en muchos restaurantes de cocina colombiana.
- Las cocinas abiertas, donde se puede apreciar la preparación, los aromas, los utensilios. En algunos casos, esta cocina abierta está en el centro del restaurante. Este fenómeno se presenta por ejemplo, en restaurantes típicos antioqueños como “El Rancherito” y “Sancho Paisa”, afirmando la revaloración de los fogones de leña.

- También es muy interesante la exhibición de frutas, dulces, ingredientes o en algunos casos conservas y productos propios de la gastronomía local.
- Son muy apreciados los lugares que utilizan materiales rústicos o naturales como la madera y la guadua.
- En algunos restaurantes, se destaca un estilo de diseño muy pintoresco, aunque sin romper con las exigencias de un restaurante más internacional, como el caso de Andrés carne de res.

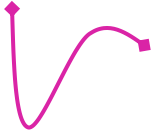


3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

3.1 Atmósfera y decoración

En qué se debe mejorar

La música



La música no está en el lugar que le corresponde como complemento y valor agregado de la experiencia gastronómica, más aún teniendo en cuenta la riqueza musical del país y su reconocimiento a nivel internacional.

Los elementos artesanales



Los elementos artesanales colombianos como las molas, la palma de iraca y los barnizados nariñenses (por nombrar algunos) no se han aprovechado como elementos decorativos que pueden incorporarse al restaurante y a la mesa.

Este tipo de elementos han sufrido un proceso evolutivo en los últimos años, llegando a convertirse en valoradas expresiones de nuestra cultura.



En los turistas internacionales se observan dos posiciones:

- Algunos quieren ver una experiencia más típica alrededor de la cocina en los restaurantes, pues sienten que esto sería una buena oportunidad de vivir y disfrutar esas expresiones culturales.
- Por otra parte, están quienes creen que todos estos elementos son una parafernalia muy artificial para atraer turistas y que opacan la experiencia gastronómica y que además no dan fe de lo que representa la cultura en la actualidad.
- Pero en general, la mayoría sí consideran muy atractivos los ambientes campestres y los restaurantes al aire libre. Más allá del gusto o no por la decoración típica, les gustan los elementos que permitan una experiencia de comodidad, goce, y presencia de la naturaleza en el espacio.

3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

3.2 Los elementos para comer

Colombia dispone de una gran variedad de instrumentos y menajes autóctonos que han sido poco explorados en la mesa y que generalmente han quedado relegados a las cocinas familiares o a elementos folclóricos decorativos.

Cómo es actualmente

→ Sin embargo, en las mesas de algunos restaurantes típicos son más comunes los siguientes utensilios:



→ Entre las vajillas artesanales, valoradas como expresión cultural autóctona, se destacan las del Carmen de Viboral (Antioquia) y las de La Chamba (Tolima).

- ◆ Las cazuelas de barro (de distintos tipos) para frijoles y ajiaco, y en algunas ocasiones para cazuelas.
- ◆ Las cestas como bases de cazuelas o para servir productos de panadería.
- ◆ Las tablas para servir asados y picadas.
- ◆ Las bandejas de madera para los centros de mesa.

→ Algunos lugares turísticos se están apropiando de elementos naturales para enriquecer la experiencia gastronómica, entre los que se destaca la presencia de la hoja de bijao. En las zonas costeras algunos restaurantes usan recipientes y utensilios de materiales como coco, totuma y tagua.



3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

3.2 Los elementos para comer

Objeciones frente al uso de lo artesanal en la mesa

Con los elementos artesanales surgen, especialmente por parte de los expertos, algunas objeciones para su implementación y uso:

➤ La vajilla o el plato, debe ser lo más sobria posible preferiblemente blanca, incluso si es para servir comida típica.

➤ Algunos piensan que el uso de elementos artesanales no le da estatus o “alto nivel” a un restaurante.

➤ Las lozas y vajillas artesanales presentan algunos problemas técnicos:

Se rayan y se despican muy fácil.

El material hace que sean utensilios poco higiénicos.



- Las experiencias gastronómicas de los turistas en Colombia no están particularmente marcadas por este tipo de elementos.
- Las vajillas que más recuerdan e identifican son las de barro: piensan que son muy propias de las culturas latinoamericanas y aprecian su carácter artesanal.

3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

3.2 Los elementos para comer

En qué se debe mejorar

No hay una apropiación clara de lo artesanal en la mesa

- No hay una homogenización o estandarización en el diseño y producción de estos implementos a nivel nacional. Algunos, buscando una conexión con lo típico y lo folclórico, son pobres en términos estéticos o son poco funcionales, generando cierta incomodidad en el uso.



- No hay elementos de vajilla claramente destinados a cada tipo de plato nacional.

- No ha habido una apropiación de otros elementos artesanales reconocidos y destacados, como diversos elementos de iraca, fique y guadua. Esto podría ayudar a consolidar la identidad y el carácter de los restaurantes colombianos.

No se genera una experiencia alrededor de esos utensilios

- La exploración de la lúdica y el juego que se hace cotidianamente con los utensilios tradicionales de la cocina colombiana ha sido insuficiente. Elementos como chocolateras, vasijas, tinajas y cucharones hacen parte del “menaje de mostrar”, pero se han quedado en la cocina en lugar de llevarse a la mesa.

- No se han explorado suficientemente otros elementos artesanales diseñados exclusivamente para la comida típica colombiana como soperas, azucareras, vinagreras y cafeteras, entre otros, que ya hacen parte de la oferta artesanal. Elementos de esta categoría se observan por ejemplo, en la mesa mexicana, sin llegar a la chabacanería y al kitsch.

- En síntesis, no hay una presencia nutrida de elementos artesanales en las mesas de los restaurantes típicos colombianos. A pesar de las restricciones en los estándares culinarios, allí hay un potencial y un patrimonio importante.

Recientemente se le está dando un protagonismo a las vajillas del Carmen de Viboral y de La Chamba en eventos de primer nivel internacional, generando un impacto muy positivo entre los invitados de otros países.



3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

3.3 La carta

La opinión general es que la mayoría no están pensadas para un público internacional. Esta queja reiterada será aclarada más ampliamente con la opinión de los turistas.

En el caso particular de los restaurantes típicos regionales, las opiniones se centran en decir que son muy simples, incluso en su diseño.



Cómo son actualmente

- ➔ No se observa una clara separación o distinción entre los platos típicos colombiano y los otros platos.
- ➔ No hay una clasificación apropiada o clara entre los platos ligeros o "entre comidas" y los platos fuertes.
- ➔ Con frecuencia no hay claridad en el tamaño de las porciones de los platos.
 - ➔ Muchos de los platos son tan abundantes que resulta demasiado, a veces incluso para dos personas. No se dan opciones de tamaños menores.
- ➔ En algunas cartas se acude a nombres muy caprichosos para nombrar los platos típicos tradicionales. Esto puede generar confusión entre los visitantes, que todavía no reconocen estos platos.
- ➔ En los nombres y descripciones de los platos, en ocasiones se encuentra anotaciones humorísticas y términos coloquiales que, además de hacer más difícil la comprensión, pueden resultar ofensivos para locales y turistas.

En qué se debe mejorar



Entre los expertos se aboga porque exista mayor información en la carta sobre las preparaciones y los ingredientes de los platos.



Algunos recomiendan contar con un glosario que incluya la historia de los mismos.



Se debe ofrecer una carta de vinos. Para esto, hace falta explorar posibilidades de maridaje con los platos colombianos.



Llama la atención que en los restaurantes colombianos no exista carta de cafés. Esto se podría constituir en un factor representativo del país.



- Se reclama un menú en inglés.
- No hay una diferenciación clara entre los platos colombianos y platos internacionales.
- No hay información adicional acerca de los platos.
- El tamaño de las porciones no aparece en la carta o no corresponde con la realidad de los platos. Además, no hay se da la opción de porciones pequeñas.
- La parte grafica que acompaña el menú es muy pobre, lo cual complica la comprensión y elección.

3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

3.4 El Servicio

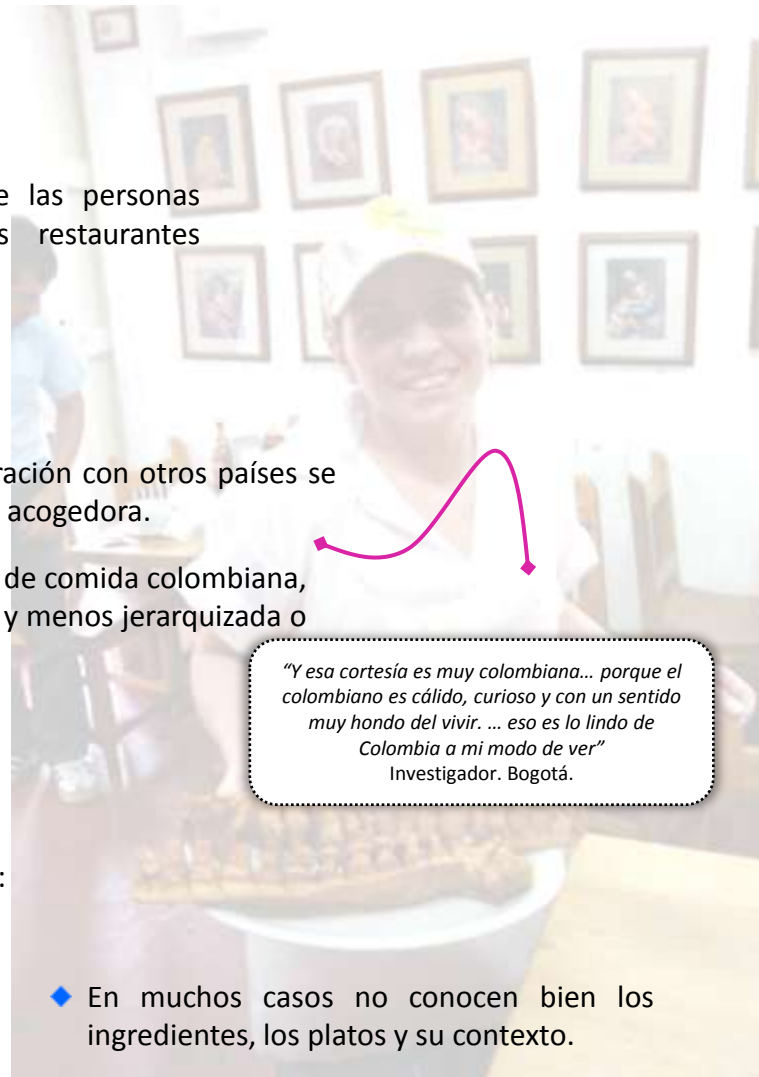
La actitud servicial y el carácter amable de las personas encargadas del servicio de mesa en los restaurantes colombianos se percibe como una fortaleza.

La calidez y amabilidad

- ➡ Se valora la calidez de muchos de ellos. En comparación con otros países se siente que en Colombia se vive una experiencia más acogedora.
- ➡ En nuestro país, principalmente en los restaurantes de comida colombiana, se da una relación mucho más cercana, de amistad y menos jerarquizada o vertical con los meseros.

En qué se debe mejorar

- ➡ Sin embargo hay algunas dificultades que se destacan:
 - ◆ Esa misma amabilidad puede volverse exagerada, pues a veces es percibida como exceso de confianza.
 - ◆ Se siente que muchas veces no están preparados para asesorar y recomendar de forma proactiva.
 - ◆ Falta mayor comprensión y conocimiento profundo del menú y del concepto del restaurante.



"Y esa cortesía es muy colombiana... porque el colombiano es cálido, curioso y con un sentido muy hondo del vivir. ... eso es lo lindo de Colombia a mi modo de ver"
Investigador. Bogotá.

- ◆ En muchos casos no conocen bien los ingredientes, los platos y su contexto.
- ◆ En general falta preparación para el servicio de mesa y se recomienda capacitación y profesionalización del oficio.
- ◆ A algunos turistas los desconcierta la práctica de incluir la propina sugerida dentro del valor de la cuenta.

- Los turistas sienten cercanía con los meseros y logran un nivel de confianza con los mismos, valoran la calidez de los colombianos.
- A algunos les desconcierta la práctica de incluir la propina sugerida dentro de la cuenta.
- Califican el servicio como bueno en términos de atención y amabilidad, sin embargo piensan que a los meseros les falta entrenamiento y profesionalismo, especialmente a la hora de dar recomendaciones.

3. Lo que rodea la experiencia gastronómica

3.5 Condiciones de higiene y salubridad

En general se piensa que las condiciones de higiene y salubridad son muy aceptables en la oferta gastronómica colombiana, a pesar de que algunos tenían prejuicios por tratarse de un país tropical.

En qué se debe mejorar

A continuación se presentan las observaciones más específicas al respecto.

➔ Está claro que hay aspectos en los que se tiene que avanzar para generar confianza en los turistas internacionales. Especialmente en lo que se refiere a restaurantes de comida corriente, a los puestos de comida en la calle, en la playa y en puestos de mercado, en donde no hay garantía de la calidad y procedencia de los productos.



➔ Se deben mejorar y estandarizar los procedimientos de manejo, refrigeración, congelación y transporte de carnes, pescados y mariscos.

➔ Se resalta el caso paradójico de los restaurantes de cocina típica, donde las normas legales de salubridad, restringen la infraestructura de los lugares. Algunos chefs y restauradores, reclaman que la norma exige que sus restaurantes sean prácticamente “un laboratorio”.

➔ Esta posición, que pretende acomodarse o ser similar a estándares internacionales, está fuera del contexto cultural colombiano, pues el concepto de “restaurante típico” comprende elementos como una cocina abierta, ingredientes exhibidos al público, un fogón de leña y el uso de materiales rústicos como el barro o la guadua.

- Antes de viajar a Colombia por lo general creen que son mucho más precarias las condiciones higiénicas y la potabilidad del agua.
- Aunque puede ser un inhibidor para algunos, sienten que no es especialmente dramático en Colombia.
- Es un tema más delicado para los turistas de trabajo que están por muy poco tiempo y no pueden “darse el lujo” de enfermarse.
- Los turistas norteamericanos y europeos son por lo general los más propensos a tener este tipo de temores en cuanto a la higiene.
- Algunos turistas que han visitado Colombia en años anteriores sienten que hay un avance en este tema y que comparativamente con otros países del tercer mundo, es más confiable.
- Normalmente sienten que deben tener mayor cuidado con este tema en las regiones costeras.

EXTRANJERO



4. La oferta gastronómica nacional e internacional

4. La oferta gastronómica nacional e internacional

Una oferta gastronómica que se vuelve competitiva

Desde hace algunos años, impulsada por fenómenos culturales, sociales y económicos, la gastronomía de nuestro país se ha dinamizado aceleradamente. Como resultado de este proceso, las principales ciudades colombianas vienen construyendo una interesante oferta gastronómica caracterizada por la apropiación de sabores de todo el mundo y por un despertar de las iniciativas locales.



Bogotá, por obvias razones, ha tomado la delantera. Sin embargo, ciudades como Medellín, Cali, Barranquilla y Cartagena no pueden subestimarse dentro de este movimiento; por el contrario, complementan este paquete de sabores que han alcanzado un posicionamiento importante.

Qué está pasando

En nuestro contexto culinario, ya se ha consolidado una oferta de cocinas internacionales reconocidas y muy bien evaluadas como las italiana, china y árabe.

Sumado a esto, en los últimos años incursionan con éxito las cocinas mexicanas, india, thai, japonesas y peruanas, que se consolidan especialmente en Bogotá y Medellín, principales focos del turismo de negocios.

Los nuevos restaurantes de cocina de autor y nuevas propuestas culinarias presentan una notable acogida, incluyendo aquellos que están involucrando ingredientes colombianos.

A continuación se da una mirada a los principales movimientos que se están dando en las ciudades que fueron visitadas en el trabajo de campo:

4. La oferta gastronómica nacional e internacional

Bogotá

Todas las regiones están en Bogotá

Por tener grandes colonias de todas las regiones del país, hay una oferta considerable de restaurantes y platos de estos lugares.



→ Los **restaurantes antioqueños** son comunes y muy bien acogidos. Su estilo sigue siendo muy tradicional y folclórico. También hay una presencia muy importante de comida tolimense, y los restaurantes de comida Llanera son muy reconocidos.

→ Los restaurantes donde predomina la **comida de mar**, sean del Pacífico o del Caribe, proliferan en diversos sectores de la capital y pueden constituirse como establecimientos de un nivel alto, incluso de manteles.

→ Los restaurantes de las otras regiones también están presentes en Bogotá, pero sin la importancia y reconocimiento de los anteriores (más para la colonia de sus regiones).



4. La oferta gastronómica nacional e internacional

Bogotá

Generosa oferta de restaurantes

Oferta internacional

Bogotá ha tratado de incluirse en el **círculo gastronómico de las grandes ciudades latinoamericanas** y en el sentir de expertos y turistas, ha logrado avances muy interesantes en cuanto a la oferta de restaurantes de comida internacional, muchos de los cuales se encuentran ubicados en zonas gastronómicas reconocidas como la Zona Rosa o T, la Zona G, la Macarena y el Parque de la 93 y sus alrededores.

Sin embargo, esto no es muy cierto si se habla de oferta de **restaurantes de alta categoría de cocina colombiana**, pues **son escasos** los que reúnen una muestra gastronómica de diferentes regiones, entre los que se destacan Club Colombia, y otros más tradicionales como Casa Vieja.

Para los turistas nacionales, parte de la experiencia de viajar a Bogotá está dada en la oportunidad de “salir a comer muy bien” y en general, los internacionales sienten que encuentran buenas opciones.

“Bogotá es una ciudad mucho más chévere que Lima, mil veces más chévere como ciudad. No estoy criticando a Lima, estoy diciendo que aquí hay mucho potencial... Ahora, la comida que se está haciendo en Bogotá es una comida cosmopolita, una comida de autor, una comida de gran ciudad.”
Chef. Bogotá.

Propuestas de renovación

No se están creando restaurantes colombianos tradicionales, pero sí hay una preocupación por presentar **nuevas propuestas de lo colombiano de una forma poco tradicional**, como el caso de Leo Cocina y Cava, Minimal, Local, Dar Papaya y Diana García.



4. La oferta gastronómica nacional e internacional

Medellín

Restaurantes típicos por todas partes

→ La oferta gastronómica de Medellín se ha caracterizado por una amplia presencia de restaurantes típicos de comida antioqueña: algunos todavía conservan la atmósfera tipo “fonda”, pero la mayoría tienden a denominarse simplemente “asados”.



Este tipo de restaurantes se encuentran dispersos por el área metropolitana y las afueras de la ciudad; algunos de ellos se han configurado en cadenas como El Rancherito, Montenevado y Doña Rosa, que se han apropiado de una atmósfera más sobria y atractiva para el turismo.



El predominio de lo regional en el gusto de los antioqueños ha restringido el desarrollo de restaurantes de otras regiones en la ciudad. Algunos expertos apuntan que en el menú de los restaurantes típicos antioqueños se ofrecen “los mismos platos de siempre”, no hacen un rescate de platos como la sopa de arroz, lomo de cerdo, muchacho relleno, entre otros.

→ Desaparecen unos restaurantes de tradición

Sin embargo, también se llama la atención sobre la desaparición de algunos restaurantes típicos que lograron reconocimiento por su buena cocina y la originalidad de la decoración, como La Aguacatala, Los Recuerdos de la 80 y de Colombia, La Posada de la Montaña, entre otros.

“Un restaurante como lo era La Aguacatala; ya no hay restaurantes de ese tipo. Bueno, quedó Hatoviejo y las fondas o los rancheritos de las Palmas para ir a comer típico”
Turista Nacional. Medellín.

4. La oferta gastronómica nacional e internacional

Medellín

Restaurantes típicos por todas partes

➔ De la bandeja paisa a la cazuela

Abundan otras propuestas de restaurantes que han revaluado el concepto de algunos platos antioqueños, especialmente la bandeja paisa. Normalmente se apunta a reducir el plato, hacerlo más liviano y saludable.

Una forma de lograrlo que ha proliferado en los últimos años, es la de las cazuelas (especialmente de frijoles). Hay restaurantes especializados en ello como Cazuelitas, Cazuelas de mi tierra, Macondo, entre otros, que hacen presencia en los centros comerciales.



Estos platos “alivianados” son un producto interesante para turistas que quieren degustar la comida de la región sin limitarse por el tamaño del plato; especialmente aptos para turismo de trabajo.

“La versión de las cazuelitas ha tenido mucha acogida; por ejemplo en los centros comerciales se están posicionando muy bien. Es una nueva versión de la bandeja paisa que a las nuevas generaciones y a los turistas les gusta más”.
Investigador. Cali.



➔ Los paisas en todas partes

El carácter de los habitantes de esta región (la fama de que el paisa es emprendedor, apegado y arraigado a su tierra) ha repercutido en la gastronomía del país de una manera particular.

Los restaurantes de comida antioqueña son los más comunes en cualquier ciudad del país e incluso en el exterior. Siendo la bandeja paisa el plato más representativo.

Es frecuente el estereotipo de restaurante con una decoración pintoresca, común desde hace varias décadas

“Los paisas están por todas partes, por eso la bandeja paisa y los frijoles también. Cando el paisa llega a alguna región lo primero que entra son los frijoles, y esas costumbres empiezan a tomar posesión en las regiones. Son orgullosos de su comida y de sus costumbres en general”.
Investigador. Cali.

4. La oferta gastronómica nacional e internacional

Medellín

Está creciendo la oferta

→ Creación de restaurantes con nuevas propuestas de cocina colombiana

Aunque no son exclusivamente de cocina colombiana, en muchos restaurantes se rescatan ingredientes ó técnicas de preparación y se hacen versiones recreadas de ciertos platos, "entre comidas", etc. Es el caso de restaurantes como El Herbario, Bijao, In Situ y El Cielo.

"La mayoría de nuevos restaurantes y chefs están dando propuestas de comida de autor o fusión, tratando de encontrar cierta identidad con lo nuestro: ingredientes muy nuestros con técnicas francesas, italianas, occidentales, japonesas; es evolucionar la cocina"
Chef. Bogotá.

Es particular el caso de Queareparaenamorarte y La Casa de las Piedritas, restaurantes de cocina colombiana que han logrado ofrecer una carta a partir del rescate y la recreación de platos tradicionales de la región y de otras partes del país.



→ Se expande la oferta de cocina internacional en la ciudad

En Medellín hay una variada oferta de cocina internacional de todo tipo de restaurantes que van desde los casuales hasta los de manteles, en diferentes barrios de la ciudad.

Entre los turistas y estratos socioeconómicos altos, son muy frecuentadas zonas de restaurantes en el Barrio Provenza y el Parque Lleras en El Poblado.

Eje Cafetero

En el Eje Cafetero las propuestas de los restaurantes giran en torno a los platos típicos de la región; sin embargo en las ciudades (Armenia, Pereira y Manizales) emergen restaurantes de cocinas internacionales.

En el Eje Cafetero el café es un gran mediador de la gastronomía con el turismo de la región a través de los parques temáticos, las finca-hoteles, las visitas a fincas-cafeteras y las rutas gastronómicas.



4. La oferta gastronómica nacional e internacional

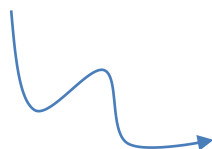
Cartagena

➔ Predominio de restaurantes internacionales

Es la oferta predominante en Cartagena en contraste con las pocas opciones de restaurantes de cocina local. Ni siquiera los restaurantes que presentan un menú de comida de mar se promueven como típicos (como el caso de la Vitrola y el Club de Pesca).

➔ La mesa cartagenera no está puesta

Aunque todavía en algunas casas se preparan platos tradicionales como los sancochos, las viudas, el mote de queso o la posta cartagenera, es muy difícil encontrarlos en restaurantes de medio y alto nivel, pues la oferta gastronómica se ha orientado básicamente al turista extranjero. Entre las pocas excepciones están La cocina de Socorro (en sus tres versiones) y La Olla Cartagenera.



En este sentido hay una crítica frecuente tanto de los expertos como de los turistas internacionales, que no entienden cómo es posible que los propios productos costeños no estén presentes en la oferta, teniendo una gastronomía tan rica y variada.



“Los turistas lo primero que preguntan siempre es en dónde se come la comida de aquí. Y claro, la gente los mandan donde Socorro, porque es el único que hay. Y es que Cartagena no tiene una oferta de cocina local en su estrategia turística”
Investigador. Cartagena.





→ Lo típico se queda en los quioscos

Los pescados, fritos, sancochos y comidas más típicas, son comunes en los quioscos de las playas más populares, más para ser visitados por los habitantes locales que por el turismo internacional. Podrían ser un destino interesante con mejores condiciones e infraestructura.

→ Los tímidos intentos de llevar a manteles nuestros productos

- ◆ En hoteles y restaurantes de alto nivel cada vez se incorporan más frutas tropicales como el mango, el coco, el níspero, el zapote y otras menos conocidas en el interior como el mamey y el corozo.
- ◆ Otros chefs están recreando platos costeños con técnicas de cocina francesa, como el caso de El Santísimo. Por otra parte, unos pocos investigadores están retomando los platos y técnicas tradicionales de la cocina sabanera, pero adaptándolos a las demandas y estándares internacionales, como el caso de Cocina Pepina.

"A los turistas, las palenqueras les parecen una cosa mágica. Tú ves cómo preparan esos dulces, cómo rayan el coco, cómo hacen las alegrías, es una cosa impresionante, y luego los pregones, es el único lugar donde la alegría se come y se canta ..."
Chef . Cartagena.



Las palenqueras y sus alegrías

Los pregones de las palenqueras con la palangana en la cabeza, ofreciendo sus frutas, fritos y dulces son un cuadro típico de Cartagena y otras ciudades de la costa.

4. La oferta gastronómica nacional e internacional

Cali

Restaurantes de comida valluna

En Cali hay una presencia considerable de **restaurantes típicos regionales**, (algunos de ellos son campestres) tales como Cali Viejo, Patio Valluno, Casa Vieja y Viejo Molino, en donde es común encontrar platos como el arroz atollado, las chuletas, las costillas, los fritos y productos de “entre comidas” de la región.

“Acá en Cali a la gente le gusta comer caleño, desde que nosotros abrimos han venido muchos turistas que quieren sentarse en un buen lugar a comer comida caleña, pero también viene mucho caleño a almorzar los fines de semana”

Restaurador. Cali.

Buenaventura en Cali

En Cali es especialmente llamativa la oferta de **restaurantes de comida de mar**, algunos son llamados cevicherías, en donde se pueden disfrutar sabores de Buenaventura y del Pacífico como arroz atollado de piangua o piacuil, cazuela de mariscos y jaiba, entre otros. Estos restaurantes han proliferado en los últimos años y se convierten en uno de los mayores atractivos gastronómicos de Cali.

El Boom de las nuevas propuestas gastronómicas

Es reiterativo que se hable de **un boom en la oferta gastronómica de Cali**. El fenómeno tiene como claro referente el Barrio Granada, en donde se han concentrado los restaurantes a manteles, especialmente en torno a cocinas internacionales, de autor y de distintas vanguardias.

Tal como sucede en Bogotá y Medellín, en los restaurantes de nuevas propuestas culinarias de Cali hay un interés destacado por involucrar ingredientes o preparaciones colombianas en el menú y en la esencia de los negocios.

Es el caso de restaurantes como **Platillos Voladores, Carambolo, Kiva**, entre otros, cuyos propietarios y chefs sienten que están trabajando por promover lo colombiano partiendo de ingredientes y productos autóctonos, y con sus propias creaciones y propuestas.

El restaurante **Passion** en cambio, propone una cocina colombiana haciendo énfasis en el rescate de platos regionales.



4. La oferta gastronómica nacional e internacional

Barranquilla

→ Cocina árabe

Tal vez el mayor atractivo gastronómico de Barranquilla es la amplia oferta de restaurantes de comida internacional impulsados por las amplias colonias de inmigrantes en la ciudad, como el caso de los sirio-libaneses. Es un comentario común oír que en Barranquilla se come bien, se siente en la comida el carácter cosmopolita de la ciudad. A los restaurantes árabes se suman los italianos y los chinos, principalmente.



Desde este tipo de restaurantes, surgen unas pocas propuestas de nuevas fusiones de cocina árabe con cocina costeña, como el caso de Beit Quessep.

La influencia árabe

Los primeros árabes, sirio-libaneses, palestinos y jordanos llegaron a la costa Caribe a mediados del siglo XIX, trayendo productos que se integraron a la cocina como el qibbe, el tabule, el falafel, el uso extensivo del ajo y la cebolla, los dulces, los frutos secos, las especias, la berenjena y la parra entre otros.

"En Barranquilla hay más de 10 buenos restaurantes de comida árabe..."
Turista Nacional. Cartagena.



→ **La oferta de restaurantes típicos** dentro de la ciudad ha sido impulsada por restaurantes como McMondongos o Narcobollo. Los restaurantes tradicionales de platos de pescado están en el barrio Las Rosas, en la ribera del río Magdalena, que se configuran en un atractivo turístico gracias al paisaje del río, pero podría ser mejor explotado.

4. La oferta gastronómica nacional e internacional

San Andrés

Restaurantes para los isleños

Hay en la isla una **creciente oferta de sencillos restaurantes especializados (pastas, carnes y pizzas, entre otros)** que tienen como mercado objetivo la población raizal.

Se enfocan a la población raizal por la **poca afluencia de turistas en las calles, ya que llegan a la isla con el “all in” (“todo incluido”)** ofrecido por las grandes cadenas hoteleras. Entre los más concurridos de esta nueva ola se destacan Nabos, Café Café y La Fondita isleña.

“La razón por la cual han quebrado tantos restaurantes de comida de mar e internacional es porque los turistas no salen de los hoteles porque ellos se encargan de infundir temor, diciendo no hacerse responsables por daños o peligros fuera de sus instalaciones”.

Restaurador. San Andrés.

*“...definitivamente el **todo incluido** acabó con San Andrés. Con decirle que en el último año aquí en La Plata han cerrado más de 20 restaurantes...”*

Restaurador. San Andrés.

Los restaurantes que persisten

Obedeciendo al fenómeno del “all in”, son **pocas las propuestas de restaurantes grandes de categoría** que se encuentran en el centro turístico; las grandes cadenas hoteleras son las que abarcan este tipo de oferta.

En los pocos restaurantes como Donde Francesca, la Regata, West view y el Rincón de la langosta, son muy apetecidas y valoradas las preparaciones con los frutos del mar como el Carpaccio de pulpo, los langostinos en leche de coco y el gratinado de cangrejo.

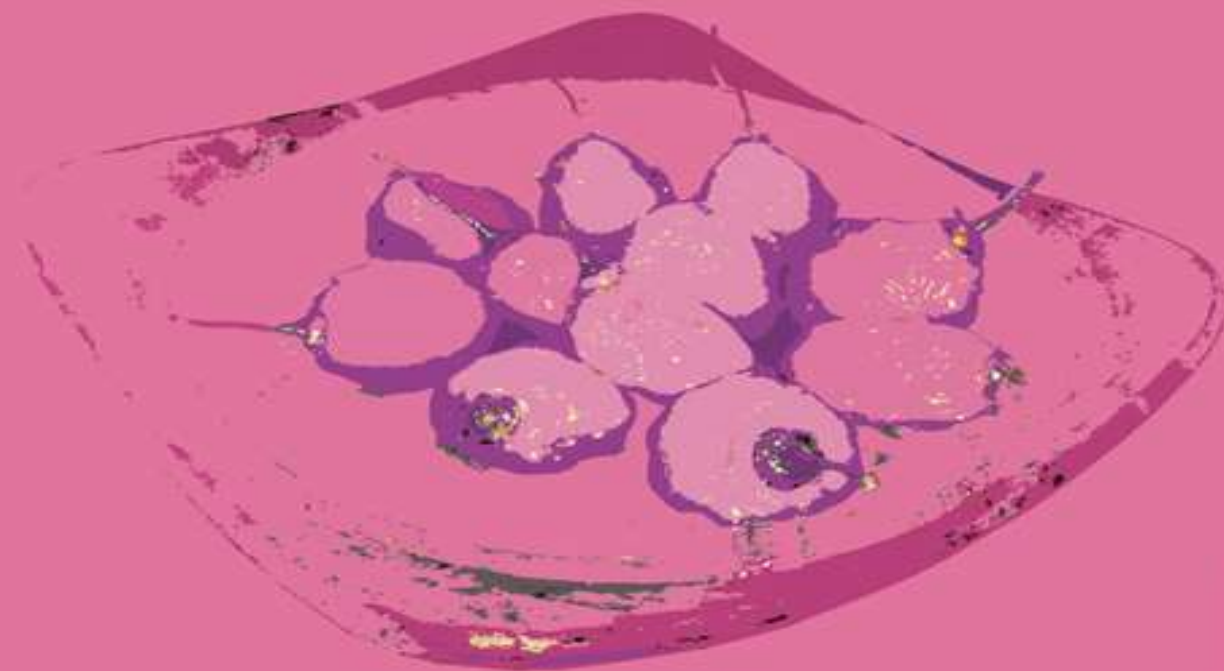
“Pescao” playero

La demanda del **pescado frito es permanente en las playas de la isla**, generada particularmente por turistas nacionales, y atendida por restaurantes, casas de familia y puestos ambulantes en todas las playas y sitios turísticos en San Andrés. Entre los más mencionados se encuentran Miss Lydia y Miss Celia.



Capítulo V

Otros actores en la gastronomía



Otros actores en la gastronomía

A lo largo del estudio se han analizado diversos actores que tienen que ver con el sector gastronómico y con sus posibilidades de desarrollo, desde productores y restauradores hasta los mismos consumidores, y se han evaluado los elementos protagónicos de la gastronomía, que son los productos y los lugares gastronómicos.

En este capítulo se analiza el rol de otros actores claves en la búsqueda de un desarrollo gastronómico con miras al turismo, desde los medios de comunicación y la crítica gastronómica hasta los chefs e investigadores, y se evalúan las dificultades de unidad en el sector.

El capítulo está dividido en los siguientes temas:

6.1 Los medios

6.2 Instituciones académicas

6.3 Unidad del sector: el lugar de las agremiaciones

6.4 Gobierno

6.5 Ferias gastronómicas y eventos

6.6 Chefs (cocineros)

6.7 Investigadores



1. Los medios

1. Los medios

Papel de los medios de comunicación

De la mano del boom mundial de la gastronomía, está creciendo la presencia y el interés de los medios de comunicación por el tema, que hasta hace unos pocos años era muy tímido.

- ➔ La crítica más inmediata hacia los medios es que normalmente se han limitado a hacer secciones de recetas, sea por medios escritos o audiovisuales.
- ➔ Esta posición tan limitada ha impedido que se exploren formatos y se resalten temas que ayudarían más a la construcción y desarrollo de la gastronomía en el país. En este sentido se señalan problemas como:
 - No se usa un estilo pedagógico y didáctico.
 - No se da un contexto alrededor de elementos más allá de la receta (como la historia, la geografía, la gente, la cultura, las fiestas, etc.).
 - No se hace mucha difusión de eventos asociados a la gastronomía.
 - No se estimula suficientemente la afluencia a restaurantes y sitios de comida colombiana.

Se analizará el papel de los siguientes medios:

1.1 Medios escritos

1.2 Televisión

1.3 Internet

1. Los medios

1.1 Medios escritos

Periódicos

- ➔ En los periódicos se está dando mayor presencia de espacios sobre temas de gastronomía.
 - ➔ Lo que más se reconoce es la labor que se ha hecho con separatas, insertos o coleccionables relacionados con la cocina.
 - ➔ Particularmente la colección de “Así Sabe Colombia” del periódico El Tiempo tuvo un éxito excepcional y muy comentado, especialmente por lo innovador en el concepto y el contenido gráfico y por ser amigable para un público amplio.
- También cabe destacar la propuesta innovadora de la revista Paladares de El Colombiano.



Revistas especializadas

- ▶ Se reconoce la importancia que tienen revistas que circulan en Colombia como Catering, La Barra, Casaviva y Gourmet.
- ▶ La revista La Barra se ha vuelto un referente para los restauradores, que sentían necesaria su presencia.
- ▶ Con respecto a estas revistas se critica que la información y las reseñas de lugares se concentra demasiado en Bogotá.
- ▶ También se critica que no se da tanta presencia a la cocina colombiana.

“Todavía estamos muy biches en el tema de revistas especializadas, no hay mucho profesionalismo; la labor que han hecho esos muchachos de La Barra es supremamente importante, porque hacía mucha falta una revista así”.
Chef. Bogotá.



Libros

➔ Es notable la calidad de los libros que se han publicado recientemente, algunos incluso han obtenido premios y reconocimiento internacional.



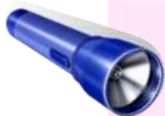
➔ Sin embargo no se ha logrado una masificación de dichos textos, que muchas veces se quedan como publicaciones privadas para fines de las empresas que los encargan. Los mismos editores lamentan que no se puedan distribuir en librerías.

➔ Estos libros han superado el esquema de ser solamente recetarios (que ha sido la tradición de la mayoría de los libros de cocina colombiana).

➔ Algunos de los libros tradicionales que los expertos mencionan con frecuencia y que ya se consideran “clásicos” de la cocina colombiana son “La Buena Mesa” de Sofía Ospina de Navarro, “Cartagena de Indias en la Olla” de Teresita Román de Zurék y “Gran libro de la cocina colombiana” de Carlos Ordóñez, entre otros.



➔ En la línea de libros académicos, que carecen también de una difusión popular, los expertos mencionan frecuentemente “Fogón de Negros” de Germán Patiño, “Recetas de la Abuela” y “Sabores del Pasado” de Lácydes Moreno y “Mantel de Cuadros” de Julián Estrada. También se menciona la investigación “Colombia de Sal y de Dulce”, coordinada por Julián Estrada.



Sobre lo que se está haciendo en los medios escritos cabe preguntarse si realmente le está llegando a un público amplio, o solo se está quedando en un público especializado.

1. Los medios

1.2 Televisión

- En la televisión se están ganando espacios en torno a la gastronomía, entre los que sobresale la programación del Canal Gourmet. En él ha habido un trabajo de algunos chefs colombianos como Leonor Espinosa y Catalina Vélez, que se han preocupado por resaltar nuestra cocina, dando un contexto informativo a sus preparaciones.
- De todas maneras se señala que en los programas de televisión colombiana, y aún en el Canal Gourmet, sigue predominando el formato de preparación de recetas.
- En los noticieros de los canales privados la sección de cocina del mediodía tiene una amplia audiencia, pero por lo general se limita a recetas, en donde el colombiano no es protagonista.
- La propuesta del “Reto Gourmet” de Caracol refresca un poco el formato de preparación de recetas.
- Los programas de los canales institucionales se valoran, pero cuentan con una audiencia muy limitada, como el caso de “Cuentos de cocina” de Señal Colombia.
- Algunas opciones propuestas en canales regionales son apreciadas por los expertos, como el caso de “Gastrosophía” de Teleantioquia, que convierte los temas gastronómicos en un magazín informal. Su visita a restaurantes genera curiosidad y resulta atractiva.
- Es de anotar el eco que tuvo la visita de Anthony Bourdain a Colombia para hacer su programa “Sin Reservas”.

“Todos los programas empiezan muy informativos y se van desviando y terminan volviéndose programas de recetas.”
Medios. Bogotá.

“No tienen un papel como divulgadores de tendencias gastronómicas locales. No hay un recorrido gastronómico internacional sino casi que solo local”.
Chef. Medellín.



1.3 Internet

- En Internet cada vez hacen más presencia críticos y aficionados con publicaciones a través de blogs, foros, redes sociales.
- Este medio se convierte en un canal de difusión de nuevos restaurantes y eventos relacionados con la gastronomía.

1. Los medios

El papel de la crítica gastronómica



Los expertos consideran que la crítica gastronómica en el país es todavía muy incipiente.

Especialmente los chefs y restauradores lamentan las siguientes situaciones:



En algunos medios los que ejercen esta labor son jóvenes que apenas se están formando.

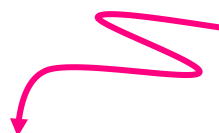


Hay casos en que es una crítica muy destructiva, sin contemplaciones y que en lugar de formar públicos están llenando de prejuicios a los comensales y causando un daño a los restaurantes.

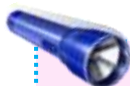


Otras son demasiado teóricas o académicas, usan un lenguaje muy difícil o muy rimbombante y, en lugar de ser cercanas al público, están dirigidas a unos pocos conocedores del tema

En general se esperaría que la crítica fuera mucho más constructiva y, sobre todo en una gastronomía que todavía no se ha consolidado, cumpliera una labor más educativa.



Hay algunos expertos o chefs que han sido referentes mediáticos muy importantes, cumpliendo un papel fundamental en hacer conocer y reafirmar la cocina colombiana.



“El vacío que dejó Kendon”

- Es común escuchar el lamento por parte de los expertos sobre “el vacío que dejó Kendon”.
- Para muchos fue él quien revaloró la cocina colombiana, llamando la atención de la comunidad gastronómica y del público general al vincular lo gastronómico con lo mediático a través de sus columnas.
- Se reconoce y valora su labor como promotor y participante entusiasta en debates y foros alrededor del papel y las posibilidades de nuestra gastronomía.
- Llama la atención que haya sido justamente un extranjero el pionero en retomar y repensar la cocina colombiana.
- Fue inspirador de chefs y restauradores que optaron por apostarle a lo colombiano.
- La gente siente que Kendon encarnaba la preocupación por la cocina colombiana, y que hoy hace falta una figura con el carisma, la vocación de trabajo, la credibilidad y el reconocimiento que él tenía.
- En su momento no hubo una institución que tomara su legado y que se abanderara de su trabajo alrededor de la cocina colombiana.



2. Instituciones académicas

2. Instituciones académicas

En este apartado se analizan los distintos tipos de instituciones – tanto públicas como privadas - que ofrecen programas relacionados con la gastronomía, haciendo énfasis en su contribución al desarrollo de la cocina colombiana.

El tema se aborda en tres partes:

2.1 La oferta académica

2.2 El papel en la gastronomía colombiana

2.3 El perfil de los egresados



2. Instituciones académicas

2.1 La oferta académica

Se reconoce que en la actualidad hay un furor por el aprendizaje de la gastronomía en Colombia, que ha generado un incremento de las instituciones y personas dedicadas a su enseñanza.

Algunos han visto ese interés por el aprendizaje de la gastronomía como una moda que inusualmente ha cautivado a los jóvenes de los estratos altos.

En este sentido existe una preocupación por la cantidad de cocineros y profesionales de la cocina que se están graduando y que difícilmente pueden ser absorbidos por la demanda de los restaurantes del país.

“Me parece que el boom de escuelas es desmesurado, sin mirar los efectos que vienen de tanta gente graduándose, porque la demanda de nosotros como clientes no ha crecido, y entonces no consiguen donde trabajar. Además están saliendo una cantidad de estudiantes a querer tener su restaurante, inicialmente los montan pero fracasan, porque la clientela no crece al ritmo que está creciendo esto”
Chef. Medellín.

A continuación veremos las distintas opciones académicas que predominan en el país, la mayoría de las cuales han surgido en medio del boom de la gastronomía:



SENA

Universidades y escuelas privadas

Instituciones de “carácter comunitario”

Talleres y cursos

Programas de hotelería y turismo

2. Instituciones académicas

2.1 La oferta académica

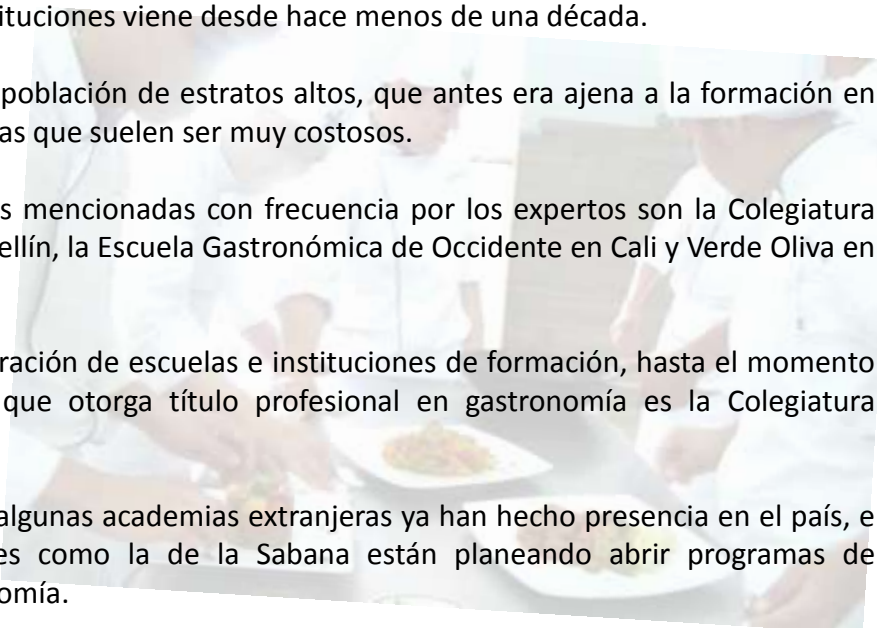
SENA

- El Sena ha cumplido el papel tradicional de ser la institución formadora de cocineros en el país.
- En general hay una buena percepción de su formación en cocina y confiabilidad en sus programas.
- Los practicantes y egresados del Sena son muy demandados en el sector, tanto a nivel nacional como en el exterior.
- Predominan alumnos con menos posibilidades económicas.
- Por su carácter tan técnico y masivo, se percibe a veces que no hay tantas posibilidades de investigar o especializarse. Además su formación está más dirigida al empleo que al emprendimiento.



Universidades y escuelas privadas

- El furor de estas instituciones viene desde hace menos de una década.
- Llegan también a la población de estratos altos, que antes era ajena a la formación en cocina, con programas que suelen ser muy costosos.
- Algunas instituciones mencionadas con frecuencia por los expertos son la Colegiatura Colombiana en Medellín, la Escuela Gastronómica de Occidente en Cali y Verde Oliva en Bogotá.
- A pesar de la proliferación de escuelas e instituciones de formación, hasta el momento el único programa que otorga título profesional en gastronomía es la Colegiatura Colombiana.
- Es tal el boom, que algunas academias extranjeras ya han hecho presencia en el país, e incluso universidades como la de la Sabana están planeando abrir programas de pregrado en gastronomía.
- También hay una proliferación de escuelas pequeñas muy informales, incluso en poblaciones más pequeñas.



2. Instituciones académicas

2.1 La oferta académica

Instituciones más “comunitarias”

- A diferencia de las anteriores, su propósito es más el de capacitar a grupos sociales con menos posibilidades de acceder a los programas de las instituciones privadas, muchas veces amas de casa o personas de bajos recursos con poco tiempo para estudiar.
- Aquí están instituciones como las cajas de compensación familiar, las cooperativas, las parroquias, los bancos de microempresarios, y diversas ONGs.



Talleres y cursos

- Generalmente son cursos particulares ofrecidos por chefs o por restaurantes como una actividad anexa.
- Algunas veces son ofrecidos por empresas y marcas reconocidas de alimentos o utensilios de cocina.

Programas de hotelería y turismo

- Estos programas han sido protagonistas en la formación en el tema gastronómico pero desde el enfoque administrativo.



2. Instituciones académicas

2.2 Su papel en la gastronomía colombiana

- Normalmente las instituciones más reconocidas fundamentan sus programas en la tradición y las técnicas básicas de cocinas internacionales, especialmente de la francesa. Esto los había apartado de darle un énfasis a la cocina colombiana, lo cual ha sido una preocupación más reciente.
- Desde la óptica de algunos directivos de estas instituciones se considera que se están dando pasos importantes en incorporar el aprendizaje de la cocina colombiana y en promover procesos de investigación.
- Algunos explican que se inhiben de darle más despliegue a la formación de nuestra cocina porque perciben que los estudiantes tienen muy poco interés en el tema.

Muchos de los expertos reclaman a las academias incorporar en el psum, materias que tengan que ver con el redescubrimiento de la gastronomía colombiana. En este sentido, reconocen el esfuerzo que hace la Colegiatura Colombiana.

Sin embargo, desde la óptica de otros actores de la gastronomía (investigadores, chefs reconocidos, restauradores), todavía en estas instituciones no se le está dando a la cocina colombiana el lugar que merece.

La mayoría señala que hace falta mucha investigación y que no hay un conocimiento de la gastronomía colombiana más allá de unas cuantas recetas básicas.

También ahí se reflejan los problemas de identidad de los que hemos hablado:

- Vergüenza por lo nuestro
- Lo nuestro es marginal
- Lo otro es lo “caché” o de más estatus.

Doble trabajo: sensibilizar y formar

Se reconoce un doble trabajo en las escuelas que quieren resaltar la cocina colombiana, porque además de enseñar, deben sensibilizar y crear un gusto y atracción por lo colombiano en los alumnos

“Tienen un modulo completo de cocina colombiana y otro modulo completo de cocina latinoamericana, y cada modulo dura un semestre. A los chicos se les enseña muy bien y salen con unas bases muy buenas de esto”.

Institución académica. Bogotá.

2. Instituciones académicas

2.3 El perfil de los egresados

Entre los expertos hay claramente una diferencia entre el perfil de los egresados del Sena frente a los egresados de las escuelas privadas. Desde el punto de vista de expertos, especialmente de chefs y restauradores, se reciben las siguientes observaciones:

SENA



- El perfil del egresado del Sena ha sido muy apreciado porque en esencia son “cocineros”.
- Se exalta su capacidad de trabajo y su disposición a ejercer cualquier labor en una cocina con la humildad y laboriosidad que se requiere para ejercer estos oficios (horarios, exigencia física, labores de aseo, etc.)
- Suelen tener más familiaridad y gusto por la comida típica colombiana.



- Los expertos sienten que no es tanta la formación en emprendimiento y manejo administrativo que encamine a los egresados a administrar o montar un restaurante.
- Los programas son de un carácter más masivo y relativamente cortos.




“Las academias privadas son muy buenas escuelas para el chef que tiene plata y quiere salir a montar un restaurante, porque para trabajar en uno les falta mucho, no quieren meterse a la cocina como debe ser, como sí lo hace un egresado del Sena”
Restaurador. Medellín.

2. Instituciones académicas

2.3 El perfil de los egresados

Escuelas privadas



- En su formación se hace énfasis en emprender sus proyectos y generar negocios propios que posteriormente alimenten la oferta gastronómica en el país. Además, muchas veces tienen más facilidades económicas para poderlos llevar a buen término.

- Normalmente tienen una buena formación básica. Tienen la oportunidad de ampliar su formación con materias que dan contexto y complementan su formación en cocina, tales como idiomas y elementos de administración y mercadeo.

- Se apropian con entusiasmo de las vanguardias culinarias y de otras cocinas internacionales.

- Algunos se inhiben de contratarlos porque sus aspiraciones salariales se alejan de las posibilidades. (Su aspiración salarial está condicionada al alto costo que invirtieron en su carrera).

- Por su procedencia socioeconómica hay cierto conflicto en que se acomoden a las exigencias y sacrificios que implican las labores básicas de una cocina.

- A veces se les considera arrogantes para enfrentarse a las jerarquías y autoridades que se manejan en las grandes cocinas de restaurantes y hoteles.

- Algunos, en el sentir de los expertos, quieren montar su restaurante inmediatamente después de graduarse, sin la experiencia suficiente.

2. Instituciones académicas

2.3 El perfil de los egresados

El perfil que debe tener un chef

Más allá de una buena formación como cocineros, los expertos reclaman en el egresado de las instituciones colombianas las siguientes características:



Unos valores personales representados básicamente en mucha humildad y pasión por su oficio.



Que cumplan con la experiencia básica de pasar unos años en las distintas labores de cocina.



Cada vez se valora más que ese profesional de la cocina tenga un espíritu de investigación y curiosidad.



Que tengan mayor formación en aspectos administrativos.



"Los pelaos de estrato social alto que salen con la expectativa de ser chefs ejecutivos, o directores de cocina, con el ego alto, que quieren viajar, conocer y abrir un restaurantes de cocina de autor. Eso está bien hasta cierto punto, pero les hace falta conectarse más con lo colombiano. Se van buscando una riqueza a Europa, y desconocen por completo la que tenemos en Colombia"
Investigador. Cali.





3. Unidad del sector: el lugar de las agremiaciones

3. Unidad del sector: el lugar de las agremiaciones

En este punto se analizan las dificultades que hay para lograr unidad y sinergia entre los diferentes actores del sector de la gastronomía.

Se proponen los siguientes temas:

3.1 Grado de cohesión del sector

3.2 Interés de los gremios en la gastronomía colombiana

3.3 Otras formas de unirse



3. Unidad del sector: el lugar de las agremiaciones


3.1 Grado de cohesión del sector

Dispersos

- En general, la gente del sector siente que son muy desunidos, que hay poca iniciativas de asociación. Es muy común escuchar de los expertos que “cada cual trabaja por su lado”.
- Hay una dificultad particular para agrupar los chefs y los restauradores. Es muy difícil convocarlos, lo que impide que saquen adelante iniciativas comunes.
- Una de las razones más comunes que explica esta desatención es que los restauradores tienen poco tiempo por la naturaleza de su oficio, que exige disponibilidad y dedicación completa.

Egoísmo

- Es frecuente la queja de que ciertos personajes reconocidos del sector gastronómico tienen “unos egos enormes” que les impide ser abiertos y estar dispuestos a trabajar en equipo y construir comunidad.
- También se reconoce que, cuando se convoca a los conocedores de la gastronomía colombiana, difícilmente se llega a acuerdos y se logra definir caminos y acciones para potenciarla.
- Cuando se trata de trabajar por lo colombiano, cada cual emprende acciones individuales. Es también el caso de los investigadores, que realizan trabajos de rescate y de revaloración de cocinas regionales de manera individual o con un grupo reducido de colegas, aunque ellos mismos reconocen que muchos de sus esfuerzos se malogran. Sin embargo, no se puede desconocer que en algunas regiones se está trabajando de una manera más integrada.



“Qué pasa? Como esto lo constituyen varios grupos estamos detectando nosotros esa incomunicación, ese egoísmo sectorial, eso ha bloqueado y a frenado el desarrollo de este asunto”
Restaurador. Bogotá.

3. Unidad del sector: el lugar de las agremiaciones

3.2 Interés de los gremios en la gastronomía colombiana



- Los gremios relacionados con el turismo, se perciben más cohesionados que los gremios de restauradores y con un mayor protagonismo a nivel nacional, como el caso de Anato y Cotelco. Sin embargo, en general no se aprecia un trabajo suficientemente amplio alrededor de la cocina colombiana.
- Los gremios entre sí son muy independientes, no se integran alrededor de propósitos y proyectos comunes para desarrollar la gastronomía colombiana: cada cual hace lo suyo por su lado, sin resultados integradores.
- Particularmente en los restauradores, la cohesión en torno a su gremio (Acodres) es muy poca. De hecho, buena parte de las seccionales están inactivas, como sucede en el caso de Medellín.
- En este gremio se han tratado de impulsar diversas iniciativas para desarrollar la gastronomía colombiana pero, a pesar de los esfuerzos, la apatía de asociados y no asociados prevalece.
- Desde Acodres se afirma que son los únicos que han hecho estudios del sector, pero en realidad se trata de temas puntuales, casi siempre desaprovechados por la mayoría de sus miembros. Se hacen eventos y actividades con cierta frecuencia, pero sin mucha acogida de sus asociados.

“Uno de los problemas más grandes que tenemos es que hay muchas individualidades haciendo las mismas cosas que no alcanzan a tener el impacto deseado”
Investigador. Medellín.

“Yo creo que a la comunidad gastronómica no nos han puesto a dialogar entre sí todavía. Kendon era la persona que estaba empezando con eso, y tenía peso, eso es importante. En este momento no hay nadie, entonces eso hace que los esfuerzos se aislen”
Restaurador. Bogotá.

Sin embargo se entiende su importancia

A pesar de la poca participación, los restauradores resaltan la importancia (o el deseo) de tener un gremio fortalecido para que estén bien representados y su presencia se haga sentir.

3. Unidad del sector: el lugar de las agremiaciones

¿Por qué es necesario una buena representación gremial?



- Para tener más capacidad de negociación con proveedores y clientes.
- Para hacer lobby y gestiones con el gobierno, especialmente para obtener beneficios en el tema tributario, líneas de financiación y otros estímulos.
- Para tener capacidad de negociación en aspectos de legislación y normatividad (buscando que las normas se flexibilicen o se cambien).



Algunos sienten la cuota o el porcentaje destinado al Fondo de Promoción Turística como una carga impositiva adicional que no se retribuye en beneficios tangibles.

3.3 Otras formas de unirse

➤ Es importante ver cómo en algunas ciudades del país surgen corporaciones de restaurantes vecinos en zonas con auge gastronómico. Algunos de estos grupos logran avances en el desarrollo de estas zonas y en el alcance de sus acciones que, a la larga, impulsan el desarrollo gastronómico regional y nacional. Ejemplos de ello son el Paseo Granada en Cali, o la Calle de la Buena Mesa en Medellín.

➤ Hay un interés de cierto grupo o chefs que forman pequeñas sociedades para realizar trabajos de investigación y rescate de ingredientes, técnicas y platos en diferentes zonas rurales del país.

➤ También es importante el escenario de las ferias, cuyo auge ha favorecido que los chefs, investigadores, medios de comunicación y otros miembros de la comunidad gastronómica se reúnan y compartan experiencias y proyectos.

➤ Se destaca el sentido de solidaridad de varios chefs que trabajan con comunidades de bajos recursos en diferentes ámbitos como clases de cocina, asistencia alimentaria, proyectos de producción, etcétera.

“Este trabajo no lo pueden hacer solamente los restaurantes, debe ser una cadena interminable con personas y empresas de todo el país, como también fundaciones, corporaciones, hacer un equipo. Eso va desde el campesino hasta el restaurante”
Chef. Cali.



4. Gobierno

4. Gobierno

Acá se examinan las principales apreciaciones que surgen espontáneamente de los expertos alrededor de lo que se percibe y se espera del gobierno en el tema de la gastronomía colombiana.

Aunque hay muchos otros temas en los que se está trabajando desde el gobierno (además de los aquí mencionados), solo se analizan los que son más visibles y están más presentes en la opinión del público investigado.



4. Gobierno

Una política clara que integre al sector

La mayoría piensa que el gobierno es el llamado a ser integrador y a señalar caminos para consolidar el sector gastronómico.

Se insiste en que deben generarse políticas claras y consistentes para el sector gastronómico, particularmente para promover la gastronomía colombiana, que tengan en cuenta todos los frentes y actores.

Uno de los grandes impedimentos para que se dé este propósito, es que la gastronomía en el momento no es una prioridad dentro de la promoción turística del país y, en muchos aspectos, el tema gastronómico está desligado de lo que se impulsa en turismo.



“Cualquier estrategia alrededor del fortalecimiento del sector gastronómico debe tener dos componentes: Apoyarse en las fortalezas que nosotros tenemos y una decisión política del estado de realmente invertir en el asunto”.
Investigador. Cali.

Hay una insistencia en que no se dispersen más esfuerzos alrededor del tema gastronómico, pues se considera que se ha deliberado mucho y que lo que en realidad hace falta es una verdadera entidad o persona que jalone el tema y que unifique todas las propuestas, iniciativas y esfuerzos.

- Algunos perciben que falta una mayor integración entre las distintas instancias oficiales que tienen relación con el tema de gastronomía.
- Además, no es muy claro cuál de las siguientes entidades es la que debe apropiarse de hacer la promoción gastronómica en el país:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Fondo de Promoción Turística
- Proexport
- Ministerio de Cultura
- Sena
- Colombia es Pasión
- Otros ministerios como Relaciones Exteriores, Agricultura y Educación

Actualmente, varias de esas dependencias, tiene sus propios frentes de acción en relación con la gastronomía, realizando o apoyando premios, investigaciones, eventos, entre otros.

4. Gobierno

Reclamos o expectativas específicas

→ Los restauradores reclaman más incentivos y menos rigurosidad tributaria. Se sienten especialmente golpeados por el IVA y no entienden porqué hay estímulos para los hoteles y no para los restaurantes.

→ La normatividad es muy rigurosa, por ejemplo en el caso de las normas de higiene, perjudicando a algunos restaurantes típicos regionales y corrientes, que tienen un estilo más rústico.

→ Algunos sienten que no hay una comunicación amplia de las acciones del gobierno en torno a la gastronomía y a los beneficios a los que se puede acceder.

→ Especialmente desde los investigadores hay una preocupación por la falta de apoyo a la investigación, considerada el pilar para rescatar los productos nacionales. Sienten que los recursos se inclinan más hacia la infraestructura turística y la promoción de eventos.

¿Qué esfuerzos se reconocen del gobierno por la gastronomía colombiana?

“Hay que organizarnos un poco, a mí me parece que esto de la cocina y de la gastronomía debe ser un tema medular en cualquier plan o política de turismo. Quienes han estado encargados no han creado una campaña, hace falta una pedagogía tanto por el orden del Estado, como por los gremios, por los sectores, todos los actores”.

Chef. Barranquilla.

- El apoyo a ferias gastronómicas, incluyendo el esfuerzo que hace Proexport para traer periodistas y personajes extranjeros.
- El Premio Nacional de Gastronomía del Ministerio de Cultura.
- Algunos sienten que desde el gobierno se han promovido las rutas gastronómicas, en asocio con las administraciones locales o regionales.
- Se destaca el protagonismo que se empieza a dar a la cocina colombiana en los grandes eventos internacionales que se hacen en el país.



4. Gobierno

Premio Nacional de Gastronomía

Aunque los expertos reconocen la importancia del Premio Nacional de Gastronomía del Ministerio de Cultura -cuyo objetivo es “resaltar la importancia de las tradiciones culinarias que forman parte del patrimonio cultural inmaterial del país”- hay cierto descontento porque se percibe que, en las dos versiones que lleva, ha faltado difusión en su convocatoria y premiación.

A pesar de que está bien estructurado, para la gente no es claro cuál es el concepto colombiano que se quiere exaltar (lo representativo, lo popular, lo tradicional, lo exótico). Algunos expertos hacen cuestionamientos sobre los jurados, los criterios para premiar los platos y la falta de una proyección turística o comercial a los ganadores.

Al explorar el sitio del Portal Oficial de Turismo (<http://www.colombia.travel>) llama la atención que el tema gastronómico esté prácticamente ausente, en contraste con la información sobre “artesanías”, “turismo arqueológico” y “ferias y fiestas”, que es bastante completa y amigable y cuenta con un buen despliegue gráfico.

“Ese concurso pierde validez cuando no repercute, cuando no hay una consecuencia. Todos los años lo hacen, muy bonito, lo que tú quieras, pero, ¿qué han hecho para hacerlo público? Nadie tiene conocimiento del concurso, no hay difusión”
Restaurador. Bogotá.



→ En cambio la página del Sistema Nacional de Información Cultural del Ministerio de Cultura, sí tiene una sección de gastronomía colombiana, pero es prácticamente una lista de recetas con una presentación gráfica muy pobre.



5. Ferias gastronómicas y eventos

5. Ferias gastronómicas y eventos

Todos señalan que, a la par del boom gastronómico, han surgido una serie de ferias y eventos que convocan a los actores de la gastronomía y que se han convertido en escenarios para que el público general o masivo tenga contacto con el sector.

Estas ferias son fundamentales para impulsar y desarrollar el tema de la gastronomía en muchos sentidos.

A partir de esto, planteamos en esta sección, un examen más detenido de lo que sucede en torno a ellas.



5. Ferias gastronómicas y eventos

Lo constructivo de las ferias

- ➔ Generalmente, estos eventos permiten que la gente del común se involucre o tenga acceso al mundo gastronómico. En este sentido, los expertos destacan los casos de Sabor Barranquilla y Alimentarte Bogotá.
- ➔ Reúnen e integran al sector en función de pensar y generar proyectos alrededor de la gastronomía. Es una oportunidad para que se reúnan restauradores, investigadores, chefs, medios, entre otros.
- ➔ Es la oportunidad de dar a conocer la oferta de productos y lugares del sector gastronómico. En general permite que la gente se dé cuenta de lo que está pasando en el mundo gastronómico.
- ➔ Se convierten en escenario de lanzamiento y promoción de nuevos restaurantes y nuevos productos.
- ➔ Se valora mucho la presencia académica, que en algunas ferias es más notable como en la de Popayán.
- ➔ En relación a lo académico se aprecia mucho ver a los protagonistas en acción a través de los talleres de cocina o clases maestras, los conversatorios y debates que acercan al público.
- ➔ Para públicos específicos como los estudiantes de gastronomía y los nuevos profesionales son escenarios claves en su proceso de formación.



"Son muy importantes, yo creo que las ferias de gastronomía puede ser la mejor manera de que la gente conozca los sabores, porque los puedes ver en tv, en una revista, pero en el tema culinario lo más importante es conocer con los 5 sentidos, y en las ferias puedes hacer todo eso"
Medios. Bogotá.

5. Ferias gastronómicas y eventos

Aspectos para examinar



➔ Es muy común la opinión de que están apareciendo muchas ferias pero que están muy desarticuladas entre sí.

➔ Esto hace que se vean muy repetitivas y que los expertos o el público que acude a varias de ellas se encuentre muchas veces con lo mismo.

➔ En algunos casos se conciben prácticamente como una muestra de restaurantes y de negocios, predominando lo comercial, o como una actividad de reunión social, relegando el aprendizaje gastronómico a un segundo plano.

➔ Algunas de las ferias terminan siendo para un público muy “de élite” porque el costo del ingreso o el lugar donde se organiza no permite el acceso de un público más amplio.

➔ En algunas ferias lo colombiano no llega a ser relevante o protagonista, pues se le suele dar más fuerza a lo internacional. Cuando se tiene una cocina regional invitada, suele quedar relegada a un segundo plano.

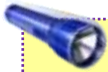


“Creo que las ferias se han convertido también en una forma de hacer dinero, han cambiado mucho su potencial, ¿qué se va a mostrar? Meten a veces empresas que no tienen que ver con los alimentos. Al presentarse tantas ferias se descontextualiza.”
Medios. Medellín.

“Yo pienso que les falta fortalecer el tema de investigación y lo académico, lo que yo siento hoy en día es que se vuelven más lugares donde a cada restaurante le venden un stand y mira a ver qué platos vende y mira a ver cómo hace un negocio, y eso está bien, pero no hay como esa preocupación de los platos de tradición, por investigar o porque sea una feria de nuestros sabores”

Investigador. Cali.

5. Ferias gastronómicas y eventos



Colombia Provoca

Es muy común que los expertos opinen que se haya malogrado un nombre como el de “Colombia Provoca”, que aún tiene un amplio reconocimiento. De Colombia Provoca se hicieron unas pocas versiones en Medellín y es recordada como un evento con un alcance amplio y una proyección muy interesante para la gastronomía colombiana.



Los turistas internacionales opinan de las ferias gastronómicas...



- Les parece una oportunidad muy interesante para tener un panorama de la gastronomía colombiana, para conocer y apreciar las gastronomías regionales, concentrado en un solo lugar y en un tiempo preciso.
- Sin embargo, en las pocas que han visitado, sienten que no pueden distinguir claramente la muestra colombiana de la internacional, y aún menos identificar las regiones, porque los participantes y muestras están distribuidos con un criterio que no les resulta claro.
- Les gustaría que hubiera más muestras pequeñas y económicas para poder probar diferentes productos. (En algunas ferias se venden platos muy grandes y costosos).
- Destacan el caso de Alimentarte Bogotá, en donde sí se pueden distinguir claramente las muestras regionales. También destacan que se trata de una feria abierta, que no discrimina públicos, y en ese sentido cumple un papel de difusión muy efectivo.





6. Chefs (cocineros)

6. Chefs (cocineros)

Sin duda los chefs son una pieza indispensable en la construcción de un posicionamiento de la gastronomía del país. En esta sección, se hacen unas consideraciones acerca de su papel en el desarrollo de la gastronomía colombiana, haciendo énfasis en el fenómeno de los nuevos chefs y en el rol determinante de los portadores de tradición.

Es importante aclarar que las percepciones y opiniones de los chefs ya han sido consignadas a lo largo de este informe como puede verse en la evaluación de los productos gastronómicos y en la caracterización e identidad de la cocina colombiana. Además, protagonizan el debate entre quienes prefieren nuevas propuestas y los que prefieren lo tradicional.

Los íconos

Algunos chefs se han vuelto íconos de la cocina colombiana. Los chefs protagonistas de cada época, también han ido señalando la evolución y el desarrollo de la gastronomía colombiana.

En un momento era Segundo Cabezas o Saúl García (Saúl en la olla), hace unos años Kendon McDonald y Harry Sasson, y más recientemente Leonor Espinosa.

Los nuevos chefs

Hay también unos “nuevos chefs” que juegan un papel protagónico en el desarrollo y renovación de la gastronomía colombiana. Generalmente son jóvenes que estudiaron y trabajaron fuera del país, y que regresan a Colombia con una sensibilidad renovada por nuestra cocina, y particularmente por la riqueza y posibilidades de nuestros ingredientes.



“Esa es una de las cosas más ridículas pero más necesarias: uno tiene que salir del país para aprender a cocinar y valorar la riqueza que tenemos”.
Chef. Cartagena.

6. Chefs (cocineros)

“Chefs” o “cocineros”

Algunos expertos critican el abuso de la denominación “Chef”. En sentido estricto chef significa “jefe de cocina”, lo que se supone que para merecer este título se necesita un saber que solo se consigue con la experiencia. Por esto consideran inadecuado que los recién egresados se autodenominen “chefs”. En ocasiones incluso ellos mismos, a pesar de su trayectoria en cocina, se autodenominan “cocineros”.

Los nuevos chefs en el caso peruano

Estos “nuevos chefs” empezaron a regresar a su país en la década del 80 y 90 familiarizados con los estándares internacionales que involucraron en las cocinas peruanas. Esta diferenciación la basaron en:

- Bajar la grasa en las preparaciones para que sean más saludables.
- La vocación experimental y creativa
- La atención a lo visual de las nuevas cocinas del exterior como elementos de un proceso replicable en la cocina peruana.
- La comprensión de las concepciones de la estética del cuerpo y de la salud.

A partir de esto empiezan a usar ingredientes locales más frescos y a volver sus platos más simples y más vistosos.

Portadores de tradición

- Generalmente se asocian a mujeres con un marcado origen étnico (negro, campesino o indígena). Sin embargo, hay una infinidad de portadores (de ambos géneros) que pasan desapercibidos y que desarrollan sus oficios en la cotidianidad.
- Esta categoría también incluye personajes como las matronas, que han conservado las tradiciones culinarias de sus regiones (en este sentido no tienen que estar necesariamente asociados al origen étnico).
- Han sido depositarios de un saber transmitido de generación en generación, por lo cual algunos expertos, consideran que son los verdaderos conocedores de la mejor cocina tradicional colombiana y los llamados a difundirla y promoverla.
- Algunos se han convertido en personajes que de forma recurrente están en el escenario de lo gastronómico.
- Se constituyen en fuentes de información o apoyo para ciertos chefs o investigadores que se han interesado en explorar las raíces de las cocinas regionales. Eventualmente son llevados a las cocinas de restaurantes colombianos.
- Suelen generar mucho interés y curiosidad entre los extranjeros.



6. Chefs (cocineros)

Portadores de tradición

La importancia de los portadores según algunos expertos

- ▶ Los portadores de tradición son especialmente valorados por los que tienen una óptica más tradicionalista de la cocina colombiana, pues consideran que pueden dar fe del origen y la elaboración auténtica de los platos típicos.
- ▶ Piensan que los portadores son la génesis para construir un patrimonio de la comida típica colombiana y que además son fundamentales para el rescate de platos que se están perdiendo.
- ▶ Algunos consideran que no les han dado el lugar que merecen en promover la cocina colombiana. Estos expertos sostienen que cuando se les lleva a hacer una actividad de difusión se les relega a un papel muy secundario, a veces, solo como un elemento folclórico o decorativo (Esto es común con las palenqueras).





7. Investigadores

7. Investigadores

A continuación se plantea una breve descripción del papel que tienen los expertos investigadores de la gastronomía colombiana, cuyas opiniones también han atravesado todo nuestro diagnóstico:

- ⇒ Son básicamente los que sustentan la defensa de lo tradicional en este estudio y quienes más resaltan las virtudes de la cocina típica colombiana.
- ⇒ Algunos de ellos no ven con muy buenos ojos el boom alrededor de propuestas vanguardistas con la cocina colombiana.
- ⇒ Sostienen que la cocina colombiana solo puede mirarse entendiendo profundamente las regiones, y se niegan a asociarla a un solo plato nacional.
- ⇒ Es común que por su recorrido académico e investigativo, ya tengan muy definida su posición frente al lugar que tiene la cocina colombiana.
- ⇒ En ese sentido no se sienten muy escuchados, pues consideran que sus aportes y propuestas no han sido ni puestas en práctica ni han tenido el alcance que merecen.



7. Investigadores

- ⇒ No están de acuerdo con que se estudie o se proyecte la cocina colombiana solo para fines comerciales o para atraer el turismo. Defienden que el sentido de estudiarla y reconocerla debe ser para construir y revalorar el patrimonio cultural inmaterial.
- ⇒ No les interesa tanto “la parafernalia” que para ellos implican expresiones como “lo gastronómico” y “lo gourmet”, sino más bien el rescate y revaloración de las cocinas y fogones regionales.
- ⇒ Su papel mediático tiende a ser limitado y a veces se circunscribe al ámbito académico o al alcance de expertos en el tema, y sus conocimientos no llegan tanto al común de la gente.
- ⇒ Algunos de estos investigadores han llevado a las mesas su conocimiento profundo, montando sus propios restaurantes de cocina colombiana.



Capitulo VI

Otras consideraciones sobre los turistas



Otras consideraciones sobre los turistas

Las opiniones y apreciaciones de los turistas frente a nuestros platos y demás productos gastronómicos, ya han sido incorporadas en los capítulos anteriores. Además, desde la óptica de ellos, se habló de las características de nuestra cocina, los lugares de comida y otros temas que han construido este estudio.

Pero, aparte de esos temas, hay otros aspectos importantes que se evaluaron con los turistas y que merecen acá, un capítulo aparte.

Comenzando con un análisis de perfiles de turistas en relación a nuestra gastronomía, se procede a evaluar sus expectativas y conocimientos previos sobre Colombia y su gastronomía, para terminar el capítulo con el análisis de los criterios que tienen para elegir la comida.

De esta forma, el capítulo se desarrollará en torno a los siguientes temas principales:

1. Los perfiles de turistas frente a la gastronomía colombiana.

2. Qué conocían y qué esperaban.

3. Criterios para elegir la comida.



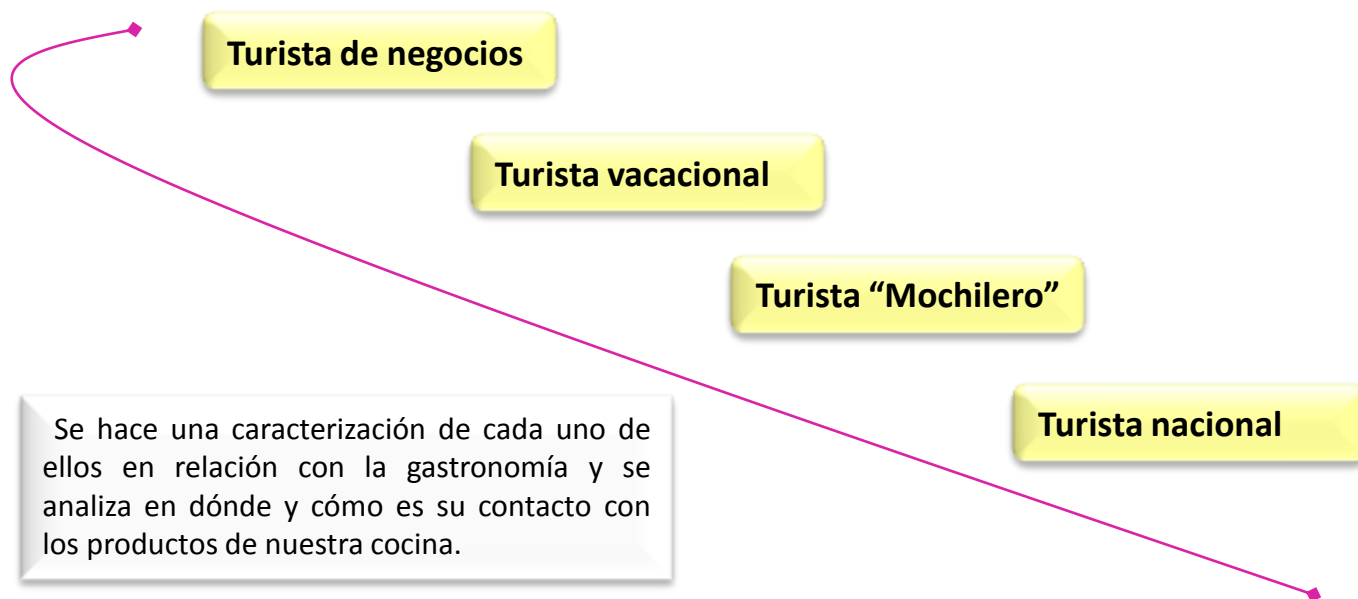


1. Perfiles del turista frente a la gastronomía colombiana



1. Perfiles del turista frente a la gastronomía colombiana

En esta sección se presenta una caracterización de los perfiles de turistas partiendo de la clasificación de los públicos que se propusieron para esta investigación.



Turista de negocios Turista vacacional Turista "Mochilero" Turista nacional

- ➔ Su experiencia gastronómica está determinada por el escaso tiempo que tienen, debido a sus compromisos de trabajo.
- ➔ Prefieren restaurantes ya conocidos o ampliamente recomendados.
- ➔ Su contacto con la comida del hotel se da especialmente en el desayuno y en la cena.
- ➔ Prefieren la comida internacional, buscando pocos riesgos y cuidando su salud. En este sentido evitan comidas pesadas, exóticas o abundantes.

1. Perfiles del turista frente a la gastronomía colombiana

Turista de negocios

Turista
vacacional

Turista
"Mochilero"

Turista nacional

El contacto con la comida colombiana

- ➔ Muchas veces su único contacto con la comida colombiana es en el buffet de desayuno del hotel. Prefieren ampliamente las frutas y algunos horneados (como almojábanas y pandebonos) que les generan mayor confianza y, eventualmente consumen algunos entremeses fritos; se arriesgan menos a probar caldos y calentados.
- ➔ También pueden tener un contacto con nuestra comida cuando participan en eventos o cuando les hacen invitaciones especiales para enseñarles un ejemplo de comida colombiana, normalmente en restaurantes de mayor categoría.



Es el público más propicio para visitar restaurantes de "nuevas propuestas" colombianas.

Los turistas de negocios, desde su propia perspectiva, son los menos interesados en explorar la comida típica del país.

"Mira yo vengo por tres días a la feria, no me puedo dar el lujo de enfermarme porque ¡adiós feria!! Así que trato de comer lo más liviano posible y evito probar cosas que sean desconocidas para mí, cuando viajo por turismo es distinto, pero aquí estoy de trabajo y me tengo que cuidar"
Turista de trabajo argentino. Medellín

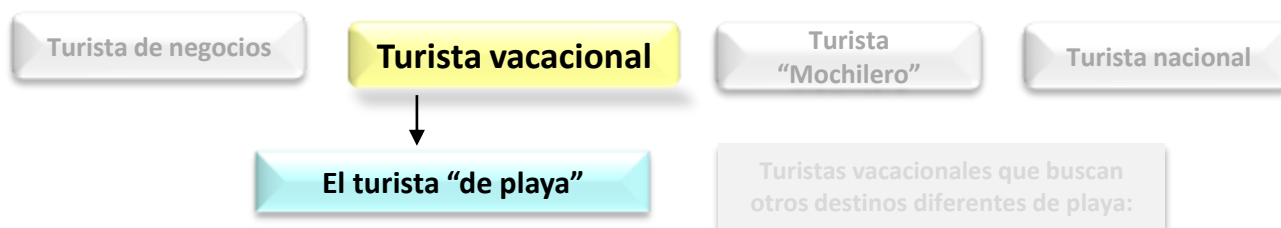
Los que sí son conocedores

"Yo vengo a Colombia por lo menos dos veces al año desde hace varios años, he probado muchos platos típicos, pero lo que más disfruto son las frutas, siempre tan dulces, tan ricas. En mi país hay frutas que solo puedo comer en temporadas. Siempre que me preguntan por Colombia hablo maravillas de las frutas"
Turista de trabajo brasileño. Bogotá.

- ➔ Sin embargo, dentro de los turistas de negocios hay un perfil claramente distinto, constituido por los extranjeros que están realizando trabajos que exigen una estadía más larga en el país (Por ejemplo profesores o consultores de empresas colombianas).

- ➔ En ciertos casos, éstos llegan a interesarse mucho por la cocina local, y se vuelven multiplicadores de su experiencia gastronómica.

1. Perfiles del turista frente a la gastronomía colombiana



De estos dos tipos de turistas vacacionales examinemos primero el turismo de “de playa”, que llega principalmente a los destinos del Caribe como Cartagena, San Andrés y Santa Marta:

- ➔ Son turistas que muchas veces buscan solo el descanso y la comodidad y no tienen un especial interés en la exploración de la cultura gastronómica.
- ➔ Muchos de estos turistas evitan explorar por su cuenta lugares de comida ajenos a donde está toda la infraestructura turística.



Contacto con la comida colombiana

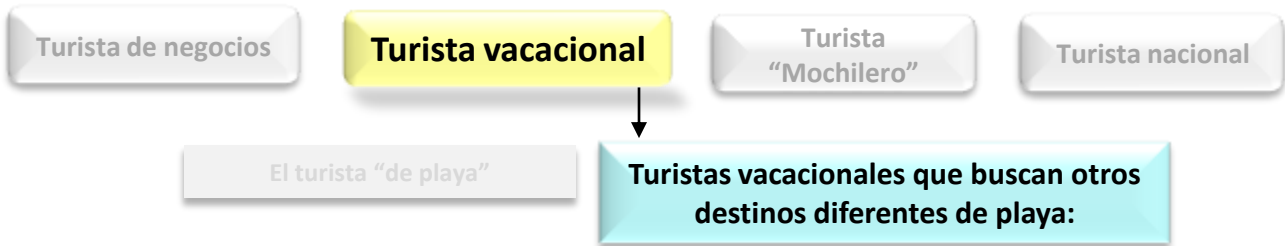
- ➔ Con frecuencia compran paquetes turísticos de “todo incluido”, lo que ha generado un descontento muy fuerte en San Andrés y Cartagena entre los restauradores y dueños de hoteles pequeños.
- ➔ Cuando llegan a través de este tipo de paquetes turísticos, no frecuentan los lugares con oferta gastronómica colombiana.
- ➔ Por su interés en descansar y “desconectarse del mundo”, tampoco están muy interesados en vivir experiencias gastronómicas con lo colombiano.

- ➔ Esto se suma al hecho de que en San Andrés y Cartagena no hay una oferta clara de restaurantes de comida colombiana (como ya se explicó).
- ➔ Su principal contacto con la comida colombiana es el hotel, en donde sí pueden probar y conocer algunos platos autóctonos.
- ➔ A veces su contacto con los productos colombianos se da solo en las playas y en las ventas callejeras, donde disfrutaban especialmente de los jugos y las frutas.

“Realmente no he comido por fuera del hotel, pues tengo las tres comidas incluidas. En el hotel hay un buffet internacional, no he identificado muchas cosas colombianas, pero la comida es rica”
Turista vacacional argentina. San Andrés.



1. Perfiles del turista frente a la gastronomía colombiana



- ➔ Hay un grupo creciente de turistas que viene a lugares diferentes a las playas, muchas veces referenciado o recibido por algún colombiano.
- ➔ Son turistas que vienen de vacaciones al interior del país, especialmente a Bogotá, Medellín, Eje Cafetero y Boyacá. Muchos de ellos vienen a visitar conocidos (amigos, familias, etc.) o han sido muy referenciados por colombianos antes de venir.
- ➔ Este turista tiene mayor posibilidad de conocer la comida colombiana: es invitado a paseos campestres, llevado con orgullo a los restaurantes típicos y también puede conocer la comida "más casera".



"Cuando estuve en Bogotá me llevaron a comer la comida típica y a probar cosas de acá... lo que más me gustó fue una sopa de papa y pollo que no recuerdo su nombre, y las empanadas con esa salsa picante que les ponen"

Turista vacacional israelí. Medellín.



1. Perfiles del turista frente a la gastronomía colombiana

Turista de negocios

Turista vacacional

Turista “Mochilero”

Turista nacional



Son muy buenos “multiplicadores”

Se vuelven muy buenos multiplicadores al interactuar con sus familiares, amigos y conocidos, promoviendo los atractivos de Colombia e incentivando a otros turistas (incluso de otros perfiles) a que visiten el país.

En este público es muy importante el “voz a voz” con los otros turistas mientras se encuentran de viaje en el país o cuando pasan a otros países (principalmente en los hostales) y también cuando regresan a sus países de origen.

Desde las redes de hostales y lugares de Internet, Colombia se está estimulando como nuevo destino turístico, lo que hace suponer que está comenzando un boom de mochileros que propagará el crecimiento del turismo.

- ➔ Al contrario del turista de negocios, tiene mucho más tiempo para explorar y vivir experiencias gastronómicas alrededor de la gastronomía del país.
- ➔ Normalmente recorre varias regiones y esto le permite tener un contexto y una idea más cercana de las cocinas del país.
- ➔ Se arriesga mucho más, es explorador, y en este sentido está dispuesto a probar los platos locales, incluyendo lo exótico.
- ➔ Busca más la experiencia directa con los lugares de comida sencillos o corrientes que la parafernalia de los restaurantes “gourmet”.
- ➔ Se informan sobre lo que van a encontrar normalmente a través de guías de viajes y de Internet, y una vez en las ciudades, básicamente a través de la los hostales.

“No teníamos planeado venir a Colombia, pero unos chicos que conocimos en un hostel en Perú nos dijeron que no podíamos dejar de venir. Nos hablaron del parque Tayrona, de Cartagena, de Medellín y Bogotá, especialmente de los paisajes y de la gente que es tan cálida y tan amable. Realmente es fantástico, quiero volver”
Turista “mochilero” argentino. Cartagena.

1. Perfiles del turista frente a la gastronomía colombiana

Turista de negocios

Turista vacacional

Turista “Mochilero”

Turista nacional

Entendiendo los estereotipos

Podríamos hablar de dos perfiles claros de turistas “mochileros”.

1.

- De un lado, está el que encarna el estereotipo del “mochilero”, el que hace un viaje extenso, siempre llega a hostales y su presupuesto es limitado.
- Es mucho más joven, busca lo más económico y se desplaza por vía terrestre, por lo general.
- Este es el turista que hasta ahora ha predominado en Colombia, porque venir al país se ha considerado arriesgado. (Un ejemplo típico de este tipo, son los jóvenes turistas de Israel).

2.

- Pero hay también otro tipo de mochilero, con un perfil más alto (generalmente profesional), que hace viajes más cortos y más focalizados.
- Elige ser mochilero no tanto por limitaciones en su presupuesto, sino para vivir la experiencia (o aventura) de un viaje “hecho por su cuenta” en lugar de someterse a un plan turístico predeterminado.
- Busca hacer un viaje más espontáneo y cotidiano y estar más involucrado con la cultura local
- En este grupo está también el ecoturismo y el turismo de aventura.

Su contacto con la comida colombiana

- ➔ Normalmente su contacto con la comida colombiana es en los restaurantes de comida corriente (a veces ejecutivos), y eventualmente en los restaurantes casuales.
- ➔ Son los que más descubren y se fascinan con los ingredientes del país, porque muchas veces cocinan y por lo tanto compran en tiendas y supermercados.
- ➔ Son los que pueden tener más experiencias de visitar zonas rurales o parques naturales, donde pueden apreciar la parte ritual y el contexto cultural de la cocina.



Son los más interesados en explorar y reconocer la comida del país.

Pigmalion

1. Perfiles del turista frente a la gastronomía colombiana

Turista de negocios

Turista vacacional

Turista
"Mochilero"

Turista nacional



➔ Dada la poca experiencia con la cocina de otras regiones, sienten como "la gran novedad" probar platos y "entre comidas" de ciertas regiones que visitan (Por ejemplo carne oreada en Santander, aborrajados en Cali, Longaniza en Boyacá, Cuy en Nariño, etcétera)

➔ De otro lado, su búsqueda de platos típicos no es un imperativo diario en los viajes o paseos. La mayoría terminan acudiendo a comida muy común a todo el país como las carnes y el pollo asado, la bandeja paisa, la comida de restaurantes de carretera o muy frecuentemente comidas rápidas.

Obviamente hay turistas nacionales con matices distintos, por ejemplo:

Una minoría que explora por gusto o por afición la variedad gastronómica del lugar o región que visita. (cercano al etno-turismo)

Los que, en un turismo más exclusivo, pueden darse el lujo de visitar restaurantes de más alto perfil que tengan una oferta colombiana clásica o de nuevas propuestas

Los que están interesados en el turismo ecológico o de aventura, lo que le da la posibilidad de conocer cocinas rurales o de zonas menos reconocidas del país.

Sin embargo, gran parte del turismo del país sigue siendo muy básico y económico: cuando salen de paseo al campo, a otra ciudad o a la costa, es común que compren su mercado y cocinen ellos mismos..



2. Qué conocían y qué esperaban

2. Qué conocían y qué esperaban

A continuación se analizan los imaginarios, referentes y expectativas de la mayoría de turistas internacionales, primero sobre Colombia y luego sobre su cocina.

Se hace énfasis en los turistas vacacionales europeos y norteamericanos, pues obviamente los latinoamericanos tienen un conocimiento más cercano del país.

Qué sabían de Colombia?

Como es sabido, antes de llegar al país la mayoría tiene unos prejuicios muy marcados por el imaginario de violencia y drogas.

Partiendo de cierto etnocentrismo, algunos piensan que Colombia es un país “muy tropical”, con todos los estereotipos que esto conlleva. (como si fuera una isla caribeña).

A veces tienen referencias relacionadas con la música (ritmos o cantantes) y, en algunos pocos, con personajes del deporte.

Como algo positivo se destaca que la mayoría también asocia a Colombia con el café.

“Antes de venir a Colombia sólo sabía del café, de Carlos Valderrama y de la salsa, una amiga me habló de las frutas, pero no sabía de ningún plato, pensé que sería similar a la comida mexicana”

Turista vacacional suizo. Bogotá

Qué esperan encontrar en Colombia?

- Un país de paisajes hermosos y mucha naturaleza.
- El encanto de un país que no está saturado por el turismo.
- En algunos casos diversión, “rumba”, mujeres bellas, etc.
- Hay algunos que como vienen con una finalidad muy específica, tienen más claro lo que esperan encontrar, por ejemplo, los que vienen a eventos, misiones académicas, turismo de aventuras, trabajo y negocios, adopción de niños, etc.

2. Qué conocían y qué esperaban

Los referentes más comunes de la cocina internacional

- Obviamente reconocen las grandes cocinas internacionales como la China, Japonesa, Tailandesa, Italiana, Francesa, Española o Árabe, y dentro de estas siempre tiene un gran lugar la cocina mexicana.
- Sin embargo, en el ámbito latinoamericano, además de la mexicana, ya hay un grupo importante de turistas que tiene buenos referentes de la cocina peruana y de la argentina.
- Lo que sí es claro, es que tienen bien diferenciadas estas tres cocinas latinas: logran caracterizar a cada una de ellas, cosa que no sucede con lo colombiano.

Qué sabían de la comida colombiana?

- ➔ Indudablemente hay un enorme desconocimiento de la cocina colombiana
- ➔ La gran excepción de lo anterior se da con el café, del cual hay un amplio reconocimiento.
- ➔ Por la asociación con el trópico, algunos suponen que acá son comunes las frutas.
- ➔ Cuando conocen o han tenido contactos con colombianos antes de su visita al país, es muy posible que tengan referencias de algunos platos típicos como la bandeja paisa y el ajiaco y de “entre comidas” como la arepa y la empanada.

En los mochileros, por ejemplo, una de las principales referencias proviene de la guía de “Lonely Planet”, en donde se dice que Colombia *“es un país lleno de paisajes maravillosos y gente muy querida”*, y sobre la comida que *“aunque puedes comer mucha cosas, no esperes nada deslumbrante”*.

Qué esperaban encontrar en Colombia?

- ➔ Con frecuencia asumen que la experiencia gastronómica sería más precaria: que iban a encontrar unos lugares de comida muy básicos, menos higiénicos y de bajo nivel, basados en el prejuicio de país tercermundista. Sin embargo, se sorprenden al encontrar una amplia oferta de lugares, muchos de ellos, con un carácter más cosmopolita.
- ➔ Esperaban encontrar amplia variedad de frutas frescas, como en cualquier país tropical. pero con la experiencia en el país, como se ha explicado en otros capítulos, se sorprenden muy gratamente.
- ➔ No solo esperaban encontrar un muy buen café, sino también un despliegue muy amplio alrededor de este producto y de su cultura: visitas a los cultivos, tiendas, subproductos, variedades especiales, etc. (Algo así como la experiencia con los viñedos en Chile o del té en la India). Sin embargo, como ya se ha explicado, no encuentran tal “paraíso de café”.



3. Criterios para elegir la comida.



3. Criterios para elegir la comida

En este apartado se analizan los principales criterios de los turistas para elegir la comida cuando están de viaje, criterios que son claves para entender su cercanía por la cocina colombiana.

Para establecer y priorizar estos criterios, los turistas tienen en cuenta que se trata de un país en vía de desarrollo, algo exótico y con unas condiciones de riesgo mayores.

Estos son algunos de los criterios que analizaremos:

Nivel de importancia

Criterios

Son criterios más relevantes

Confiable - higiénica

Autóctona

Rápida y fácil

Son importantes para turistas con intereses más particulares

Liviana y saludable

Que sea comida internacional

Que sea comida cotidiana del país (corriente)

Son criterios menos importantes

Abundante

Bajo precio

3. Criterios para elegir la comida

Son criterios más relevantes



Autóctona

La buscan más los turistas vacacionales o los mochileros que les gusta conocer más la cultura y probar cosas diferentes, como:

- Probar las comidas típicas y caseras es una experiencia que muchos turistas quieren sumar a sus viajes.
- Aunque este criterio es común, no significa que todos los días quieran comer platos autóctonos. Puede ser una experiencia ocasional.

Rápida y fácil

Es un criterio común en todos los perfiles de turista y se hace predominante cuando:

- ➔ No tienen tiempo porque su itinerario es apretado.
- ➔ Quieren ir a la fija porque la comida rápida es más internacional e implica menos riesgos.
- ➔ La comida no es relevante en su experiencia turística; hay otros intereses a los que quieren destinar su tiempo.
- ➔ Los platos fuertes, sean autóctonos o internacionales, no son para todos los días. Los alternan con platos más rápidos.
- ➔ Hay bajo presupuesto de viaje y no pueden ir a un restaurante de mayor categoría todos los días.

Confiable - higiénica

- ➔ Es un criterio inevitable, atado a los prejuicios y realidades que tienen los países en vías de desarrollo.
- ➔ Buscan esa confianza en la apariencia del plato, los ingredientes, las formas de preparar y el aspecto del restaurante.
- ➔ Este criterio es más importante para los turistas de trabajo y para los vacacionales.

"Cuando viajo siempre hay tres cosas que debo hacer: interactuar con la gente local, probar la comida típica y experimentar cosas nuevas..."
Turista vacacional canadiense. Cali.

"Yo busco la comida típica y pruebo, pero no es todos los días del viaje voy a comer comida local, también busco a veces una buena carne, una pasta o una ensalada..."
Turista vacacional española. Eje Cafetero.

"Realmente la comida no es mi prioridad... especialmente en Colombia que no es famoso por su gastronomía... yo planeo mi día de acuerdo con los lugares que quiera ir a conocer y cuando me da hambre busco algún lugar que me llame la atención, que se vea limpio y agradable"

Turista vacacional francés.
Cartagena

3. Criterios para elegir la comida

Son importantes para turistas con intereses más particulares:

Liviana y saludable

La opción de comer algo ligero o con ingredientes y preparaciones más “saludables” se puede dar por:

- ➔ El estilo de vida de algunos turistas señalado por tendencias contemporáneas.
- ➔ Algunas veces es por asuntos estéticos.
- ➔ Para estar en forma y sin contratiempos de salud durante su viaje.
- ➔ Porque en ciertos momentos del día, especialmente en la noche, se prefiere algo liviano. También para que puedan continuar las labores del día, cuando se viaja por trabajo.

Este criterio es más aplicado por los turistas de trabajo
Más por las mujeres
Más por los europeos y asiáticos

“Para mi, lo más importante al elegir un plato es que se vea llamativo en el menú y que no sea muy grasoso, trato de evitar muchas harinas”.

Turista vacacional norteamericano.
Bogotá.

Que sea comida internacional

- ➔ Buscan platos de las cocinas internacionales más tradicionales: italiana, japonesa, thai, etc.
- ➔ Cuando eligen bajo este criterio, es claro que no quieren explorar.
- ➔ Suele elegirse porque es comida previsible, quieren “ir a la fija”, no correr riesgos.
- ➔ Es un criterio importante especialmente en el turismo de trabajo.

Que sea comida cotidiana del país (corriente)

- ➔ Es un criterio que a veces opera para ciertos vacacionales y mochileros y en muchos casos para los turistas nacionales.
- ➔ Prefieren que sea comida corriente o casera, bien sea para ahorrar costos en su viaje, porque el viaje es muy prolongado o por interés cultural.

“Llevo cuatro meses viajando y ya tengo poco dinero, así que busco lo más barato, por lo general como algo que encuentre en la calle o en restaurantes corrientes”
Turista “mochilero” chileno. Cartagena.

3. Criterios para elegir la comida

Son criterios menos importantes

Abundante

- ➔ Pocas veces la cantidad de comida, se impone frente a otros criterios. Pero en algunos casos puede ser importante:
 - Para los viajeros que solo hacen 1 ó 2 comidas al día.
 - Para algunos turistas que por sus hábitos, su fisonomía o su cultura de origen, come en grandes raciones.

Por supuesto, la "cantidad" es un criterio muy importante para el turista colombiano (más en lo hombres).

"Cuando viajo me gusta comer bien, y comer bien no es una papita y un filetico de carne en la mitad del plato!!. Para mí comer bien es quedar satisfecho y sentir que la relación costo-beneficio es justa"
 Turista Nacional, Medellín..

Bajo precio

- ➔ Básicamente el mochilero, especialmente cuando lleva a cabo un viaje largo.
- ➔ En algunos casos es un criterio importante para el turista vacacional proveniente de Latinoamérica y por supuesto, para una porción enorme de los turistas nacionales.
- ➔ Para turistas de afuera de Latinoamérica, los precios de nuestros países suelen ser muy bajos.

Ahora proponemos, de una forma subjetiva, los criterios que se imponen según el tipo de turistas:

| | Turista vacacional | Turista de trabajo | Turista mochilero | Turista nacional |
|----------------------------------|---|--|---|---|
| Criterios muy frecuentes | <ul style="list-style-type: none"> • Confiable - higiénica • Autóctona | <ul style="list-style-type: none"> • Que sea internacional • Liviana y saludable | <ul style="list-style-type: none"> • Bajo precio • Rápida y fácil | <ul style="list-style-type: none"> • Bajo precio • Que sea comida cotidiana • Rápida y fácil |
| Criterios algo frecuentes | <ul style="list-style-type: none"> • Rápida y fácil • Que sea internacional | <ul style="list-style-type: none"> • Confiable - higiénica • Rápida y fácil • Autóctona | <ul style="list-style-type: none"> • Que sea comida cotidiana • Autóctona | <ul style="list-style-type: none"> • Abundante • Autóctona |

3. Criterios para elegir la comida

Sobre la elección del sitio para comer

Los lugares para comer son elegidos según el tipo de turista (vacacional, trabajo, mochilero o nacional) tal como se especificó en los perfiles de turista. Pero en general, la mayoría tiene en cuenta criterios como el tipo de comida que sugiere el restaurante, la cercanía, la apariencia y atmósfera del lugar, la sensación de higiene, el buen servicio, entre otros.



Capitulo 7

Lugar y oportunidades de la gastronomía colombiana



Lugar y oportunidades de la gastronomía colombiana

A través de este estudio hicimos un recorrido crítico por los elementos que construyen la gastronomía colombiana:

- Las cocinas regionales
- Los productos de la oferta gastronómica
- Las características de nuestra cocina
- Los rituales y el contexto de consumo
- Los establecimientos donde se ofrecen
- El papel de los principales actores del sector
- La mirada de los turistas

Como resultado del examen anterior, en este capítulo se presenta, el diagnóstico sobre el estado de la gastronomía en Colombia y sus oportunidades reales frente al turismo, y se plantean una serie de oportunidades y propuestas que permitirían avanzar en el desarrollo del sector.

Se abordarán los siguientes temas:

- 1. Cuál es el estado de la gastronomía colombiana en la actualidad (Fortalezas y mayores dificultades).**
- 2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo.**
- 3. Oportunidades y propuestas que permiten avanzar en el desarrollo de la gastronomía colombiana.**



1. Cual es el estado de la gastronomía colombiana en la actualidad.

1. Cuál es el estado de la gastronomía colombiana en la actualidad

Después del amplio por los temas fundamentales que construyen la gastronomía, nos queda hacer un balance y determinar las mayores fortalezas y las más grandes dificultades que finalmente, permiten entender el estado real de la gastronomía colombiana en función de sus posibilidades turísticas:

1.1 Fortalezas actuales

“Se puede comer bien en Colombia”

- Hay una amplia oferta de restaurantes típicos regionales que se han convertido en la opción preferida de gran parte de los colombianos para salir a comer en familia. Muchos de estos restaurantes, no tienen la atmósfera pintoresca que se veía antes y proponen una experiencia más sobria, aprovechando ambientes campestres y cocinas abiertas.
- Hay un auge de **restaurantes con nuevas propuestas** de cocina (de autor y fusión por ejemplo) que en muchos casos proponen incorporar elementos de la cocina colombiana.
- También hay una oferta muy interesante de gastronomía internacional. Aunque no promueve propiamente la cocina colombiana, sí genera una sensación de que en Colombia se come bien.
- Proliferan **negocios de “entre comidas” y bebidas** que son muy valorados por nacionales y extranjeros, como: las fruterías, las panaderías, negocios de todo tipo de frituras, de buñuelos, de empanadas y, en general, de diversos antojos en porciones pequeñas.



Una cocina diversa y versátil.... Pero no deslumbrante

- ➔ Se valora reiteradamente que es una cocina muy diversa y amplia, tanto en lo geográfico como en lo étnico, que cuenta con una **gran riqueza de** preparaciones, platos y especialmente de **ingredientes**.
- ➔ El **predominio de sopas**, que es una característica de nuestra cocina, es apreciado por los turistas y algunas se constituyen en los grandes platos típicos nacionales.
- ➔ Es una cocina muy creativa y recursiva, sobretodo en la elaboración de múltiples “entre comidas” muy posicionadas a nivel nacional y muy valoradas por el turista: **desde empanadas y arepas hasta productos de panadería como el pandebono o el buñuelo**.

Las frutas son la pasión !

- ➔ Actualmente el mayor potencial de nuestros productos gastronómicos está en **las frutas** y como se expresa reiteradamente en el estudio, **deben tener un lugar predominante dentro de nuestra promoción gastronómica**.
- ➔ Generalmente sorprenden y cautivan a los visitantes extranjeros que las perciben como deliciosas, abundantes y variadas (más que en otros países tropicales).
- ➔ **Son de una gran versatilidad**, pues pueden estar en jugos, helados, dulces, granizados, licores, cocteles y vinagres y, especialmente entre los “nuevos chefs”, empiezan a hacer presencia amplia en las nuevas propuestas culinarias.



1. Cuál es el estado de la gastronomía colombiana en la actualidad

1.1 Fortalezas actuales

Rituales y costumbres gratas

- ➔ Son interesantes los ritos alrededor de la preparación y el consumo de algunos de nuestros platos, como por ejemplo comer “picadas”, preparar comidas en “paseos de olla”, salidas al campo y fiestas, (como en el sancocho, en donde “todos meten la mano”) y con los rituales que se viven en las fiestas, etc.

Estas experiencias, son particularmente interesantes para los turistas, y transmiten un valor muy importante de nuestra cultura:

A los colombianos nos gusta compartir alrededor de las comidas; nos gusta participar de la preparación y picar del mismo plato o pasarnos comida



El boom por la gastronomía

- ➔ En los últimos años se ha dado un **interés creciente por el tema gastronómico** que se expresa en el surgimiento de medios de comunicación, escuelas, investigadores, chefs, críticos, restaurantes, entre otros.
- ➔ Este auge se expresa en el gusto de muchos jóvenes **por estudiar gastronomía**. A esto se suma el surgimiento de ferias y eventos y el interés del estado y los gobiernos locales por promover el tema.
- ➔ Este boom también ha estimulado la demanda y el gusto por salir a comer.

1. Cual es el estado de la gastronomía colombiana en la actualidad

1.2 Mayores dificultades de la gastronomía

Dificultades con los platos típicos

- ➔ Aunque se aprecian y tienen un valor muy importante desde nuestra cultura, algunos de los platos típicos más importantes **son muy abundantes**: conllevan muchos ingredientes y en mucha cantidad.
- ➔ Para los turistas es con frecuencia, una **comida fuerte, “pesada”, con alta presencia de grasas y reiteración de harinas**. Además la presentación y apariencia de los platos es poco atractiva, dando a veces la sensación de ser difíciles comerlos.



No es una cocina reconocida

- ➔ No hay elementos o criterios comunes **que definan la cocina colombiana. No hay una asociación fácil como en otras cocinas reconocidas** del mundo (como la carne en Argentina, lo picante en México, la pasta en Italia, la comida rápida en Estados Unidos, los aromas y las especias de oriente).

Los turistas por lo general, no tienen un conocimiento previo de nuestra cocina y después de conocerla, tampoco salen con una idea clara de ella. Con excepción de algunos productos como las frutas, NO los deslumbra nuestra cocina.

1. Cual es el estado de la gastronomía colombiana en la actualidad

1.2 Mayores dificultades de la gastronomía

Los restaurantes típicos son muy regionales, no son tan “nacionales”

→ Hay muy pocos restaurantes de comida típica colombiana en toda su dimensión: que realmente tengan una **muestra de platos de las distintas regiones** (más allá de los 3 ó 4 platos más recurrentes). Hay muchas dificultades para lograr una demanda suficiente por este tipo de lugares, sobre todo del público local.



→ **La atmósfera, decoración y uso de elementos de mesa, no tienen una clara caracterización colombiana.** Se está desaprovechando un inmenso patrimonio artesanal que daría mayor valor a la experiencia gastronómica.

→ **En algunos de los más importantes lugares turísticos ha prevalecido la oferta de comida internacional y la comida rápida, y se ha dado un lugar mínimo a la cocina colombiana** (San Andrés, Cartagena, Villa de Leyva)

El sector es disperso, sin un norte claro

→ A pesar de existir un auge por el tema de la gastronomía, **los diferentes actores trabajan muy dispersos.** Algunos realizan acciones interesantes por la gastronomía colombiana pero no dejan de ser esfuerzos muy individuales o de un alcance limitado. En particular, los restauradores no están trabajando conjuntamente en función de consolidar las cocinas colombianas.

→ Se **carece de un gran líder** (persona, entidad) que convoque, integre y capitalice todo este trabajo.



2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo

2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo

A partir de las fortalezas y dificultades identificadas en la sección anterior, el objetivo ahora es identificar de una manera realista el verdadero lugar de la gastronomía colombiana frente al turismo.

Para esto, se abordarán las siguientes preguntas, que consituyen las partes en que se dividirá este apartado:

➔ **2.1 Qué lugar tiene actualmente la gastronomía en el turismo?**

➔ **2.2 La gastronomía: parte fundamental de la promoción turística**

➔ **2.3 Qué producto gastronómico nos debe representar?**

➔ **2.4Cuál podría llegar a ser el lugar de la gastronomía en el turismo?**



2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo

2.1 Qué lugar tiene actualmente la gastronomía en el turismo?

Con base en el análisis de las fortalezas y debilidades de la gastronomía colombiana planteadas en el apartado anterior, podemos concluir que:

El sector gastronómico no tiene todavía los elementos o fortalezas suficientes para considerarse como uno de los pilares para estimular o atraer el turismo al país.

Para el turista, la experiencia gastronómica en Colombia, aunque grata, **no es uno de sus grandes intereses** y se queda corta frente al encanto que generan otros atractivos del país como el paisaje, el clima, la calidez de la gente, la música entre otros.

Estos últimos atractivos casi siempre superan las expectativas del viajero, mientras que la comida tiende a pasar desapercibida o se considera simplemente aceptable.

Algunos argumentos que sustentan estas afirmaciones son:

- ▶ Ninguno de los públicos abordados en este estudio puede decir claramente lo que identifica y caracteriza la cocina colombiana internacionalmente, como sí pueden hacerlo con la de otros países (no encuentran un plato, un ingrediente ó un concepto que identifique nuestra cocina).
- ▶ No hay suficientes restaurantes de comida colombiana que ofrezcan una muestra de platos de todas las regiones del país.
- ▶ Aunque **el café y las frutas tienen reconocimiento internacional**, esto no es suficiente para poder hablar de una oferta gastronómica deslumbrante.



2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo

2.2 La gastronomía: parte fundamental de la promoción turística

Aunque, como hemos afirmado, la gastronomía actualmente no es uno de los principales atractivos turísticos del país, **esto no significa que no sea necesario desarrollarla y posicionarla**, ya que:

- ↪ A diferencia de otros elementos culturales (como la música), la comida y el alojamiento, la comida es **parte fundamental e inevitable** de la experiencia de un turista.
- ↪ Lo gastronómico no se puede descuidar o abandonar si se quiere que el turismo sea sostenible y crezca en el futuro: mientras más grata sea la experiencia gastronómica, más grata será la experiencia turística, y más posibilidades de que crezca el número de visitantes al país.

Así como el turismo necesita de la gastronomía para su desarrollo, también la gastronomía necesita del turismo.

- ↪ Es un buen momento para promover la gastronomía aprovechando el impulso que ha generado **el despertar del turismo en Colombia**. Este auge coincide con el boom en el tema gastronómico.
- ↪ El desarrollo y posicionamiento gastronómico de un país es un proceso que **tarda mucho tiempo**, y hay otros países que están trabajando en esto desde hace ya varios años. Así que, si no empezamos desde ya, nuestra gastronomía va a quedar muy relegada frente a otros países,



2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo

2.3 Qué producto gastronómico nos debe representar?

→ No se recomienda seleccionar un único plato típico

Elegir un plato generaría obvios conflictos regionales; además, el proceso para consolidar un plato es más espontáneo y de mediano o largo plazo, no puede ser impuesto.

Adicionalmente, los “grandes” platos nacionales como la bandeja paisa, el ajiaco, el sancocho, el tamal o el pescado frito, no responden plenamente a los criterios y expectativas de varios públicos extranjeros.

- Sin embargo, en algunos escenarios de promoción turística, en donde se tenga que resaltar un plato, **el ajiaco** es el de mayor potencial, porque conjuga el gusto que despierta con las posibilidades internacionales que tiene.
- Si lo que se pretende es generar identificación e integración entre las regiones, y cautivar por lo exótico y auténtico, los dos platos claves son **el tamal y el sancocho**.



2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo

2.3 Qué producto gastronómico nos debe representar?

Entonces si no es un plato, qué nos debe representar?

Nuestra sugerencia es enfocarse en otros productos que logran mayor reconocimiento, identificación entre regiones y aceptación por el público internacional:

→ Las frutas, que son una pasión

En este sentido, las frutas deben estar en el lugar más representativo de nuestra gastronomía.

Las frutas unen

- Los demás platos tienen el riesgo de que separan regionalmente, en cambio las frutas nos unen.
- En Colombia, el país de las frutas, cada región tiene las suyas, y esto ayudaría a consolidar el proyecto de nación en el tema de gastronomía.

Además, no hay ningún país que se haya apropiado con fuerza de las frutas.



- Entre **las más comunes** se destacan el mango, el banano, la guayaba, la piña, la granadilla, la papaya, la sandía, la guanábana, el lulo, la curuba, entre otras. El aguacate y el coco también son protagonistas en comida de sal.
- Entre las frutas que **están siendo rescatadas en las nuevas propuestas de cocina colombiana** se destacan la uchuva, el chontaduro, el carambolo, el tamarindo, el mango, la galupa, el corozo (exaltado especialmente en el Caribe), el lulo, el borjój, el arazá, el copoazú y el mamey.

2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo

Como opción alternativa o complementaria al posicionamiento de las frutas, pueden destacarse un grupo muy apetecido de

“Entre comidas”



En un primer nivel se recomendarían **las empanadas**, que son muy representativas por ser comunes a todas las regiones, muy populares y cotidianas en cualquier escenario gastronómico.



En otro nivel se pueden considerar fritos y horneados como **los buñuelos, los pandebonos, las carimañolas, las arepas, los patacones, los aborrajados y las achiras.**



El café siempre tendrá un lugar representándonos, aunque ya hay un amplio y definido trabajo de marca que ha logrado que en el mundo nos reconozcan por él.

2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo

2.4Cuál podría llegar a ser el lugar de la gastronomía en el turismo?

A continuación se propone un ejercicio que ayude a buscar el camino que consolide la gastronomía colombiana en un corto, mediano y largo plazo:

A corto plazo

Propósito:

Que los turistas identifiquen claramente por lo menos un grupo de productos que representen lo colombiano.

La expresión que buscamos del turista:

“En Colombia se come muy bueno !”.

Producto que logre ser reconocido como colombiano:

- Las frutas deben comenzar a ganar un lugar internacional. Empezar a promover las “entre comidas”.
- El café, que ya tiene un posicionamiento internacional, debe tener un trabajo mayor en el país, en particular en cuanto a la enseñanza de sus formas de preparación. (Esto se puede hacer en coordinación con el Sena y las escuelas de gastronomía).

Lugares que exalten la experiencia:

- Los sitios de frutas y “entre comidas” y las tiendas de café.
- Los restaurantes “típicos regionales” que aprovechan el ambiente campestre y tienen una acogida amplia.
- Los restaurantes reconocidos de todo tipo de comidas (porque lo que se valora es la buena comida).
- Las ferias y eventos con asistencia internacional.

Ejemplos de tareas para llegar al paso siguiente:

- Tener políticas y líderes que agrupen y orienten al sector.
- Las instituciones académicas deben reforzar el tema de gastronomía colombiana
- Empezar a comunicar unas características que nos identifiquen.
- Insistir el trabajo con las frutas y con el café, que son los más reconocidos.
- Hacer presencia en los medios de comunicación y eventos en donde se promueve el turismo.
- Favorecer la implementación de una red de restaurantes colombianos “multirregionales”.

2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo

2.4 Cuál podría ser el lugar de la gastronomía en el turismo?

A corto plazo

Argumento:

Dentro del contexto latinoamericano, y gracias al impulso del boom gastronómico, se puede decir que Colombia ya está preparada para ofrecer comida de calidad para el turista (no necesariamente colombiana).

Actualmente se cuenta con un buen desarrollo de:

- Lugares de frutas y jugos y “entre comidas”.
- Restaurantes internacionales, casuales, comidas rápidas y negocios de cadena.
- Restaurantes corrientes.

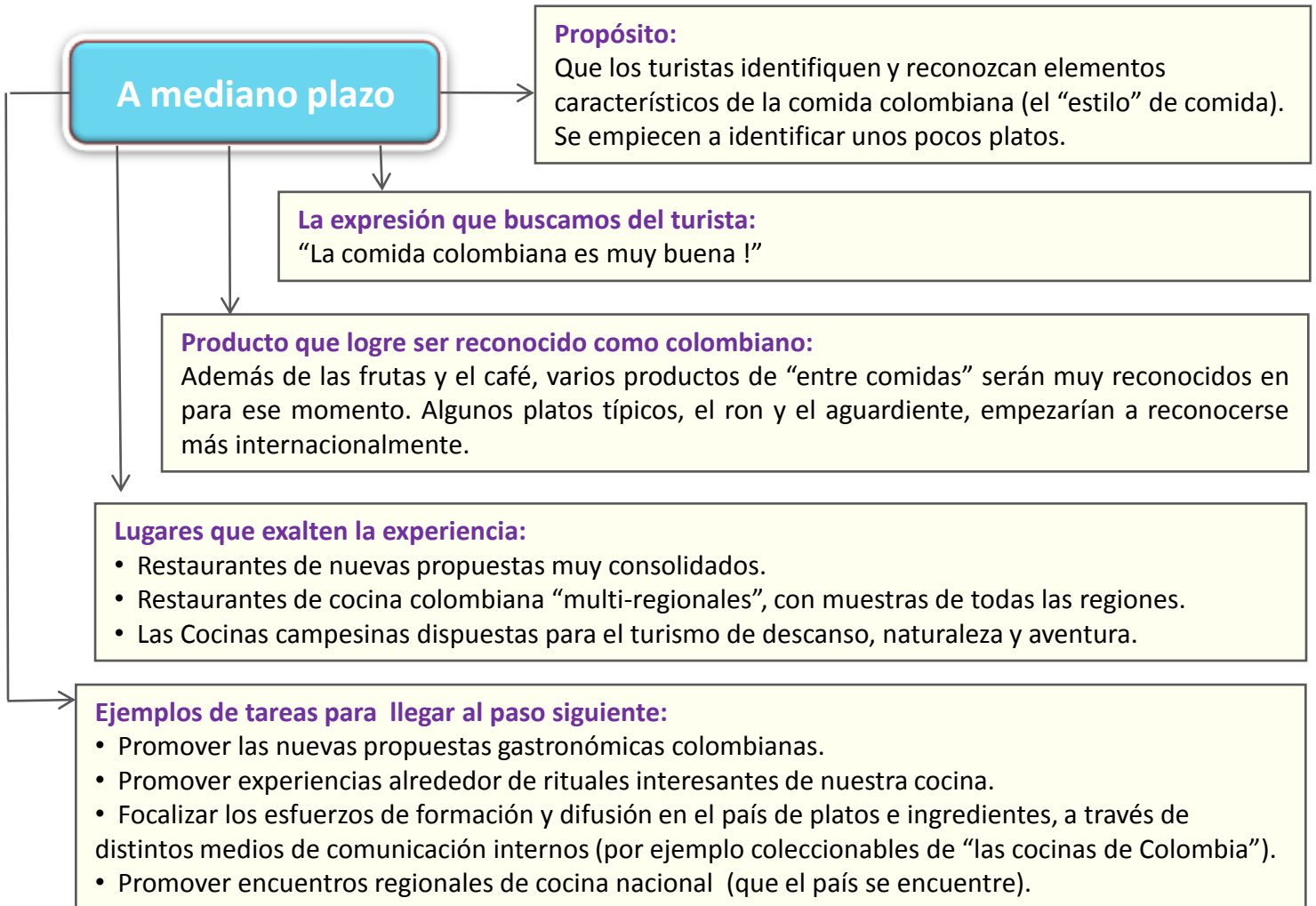
Es “lo que más se ve” en las calles, parques, playas, eventos, fiestas

Algunos de estos establecimientos son muy reconocidos, como Crepes & Waffles, el Corral, Kokoriko, Wok y La hamburguesería, entre otros.



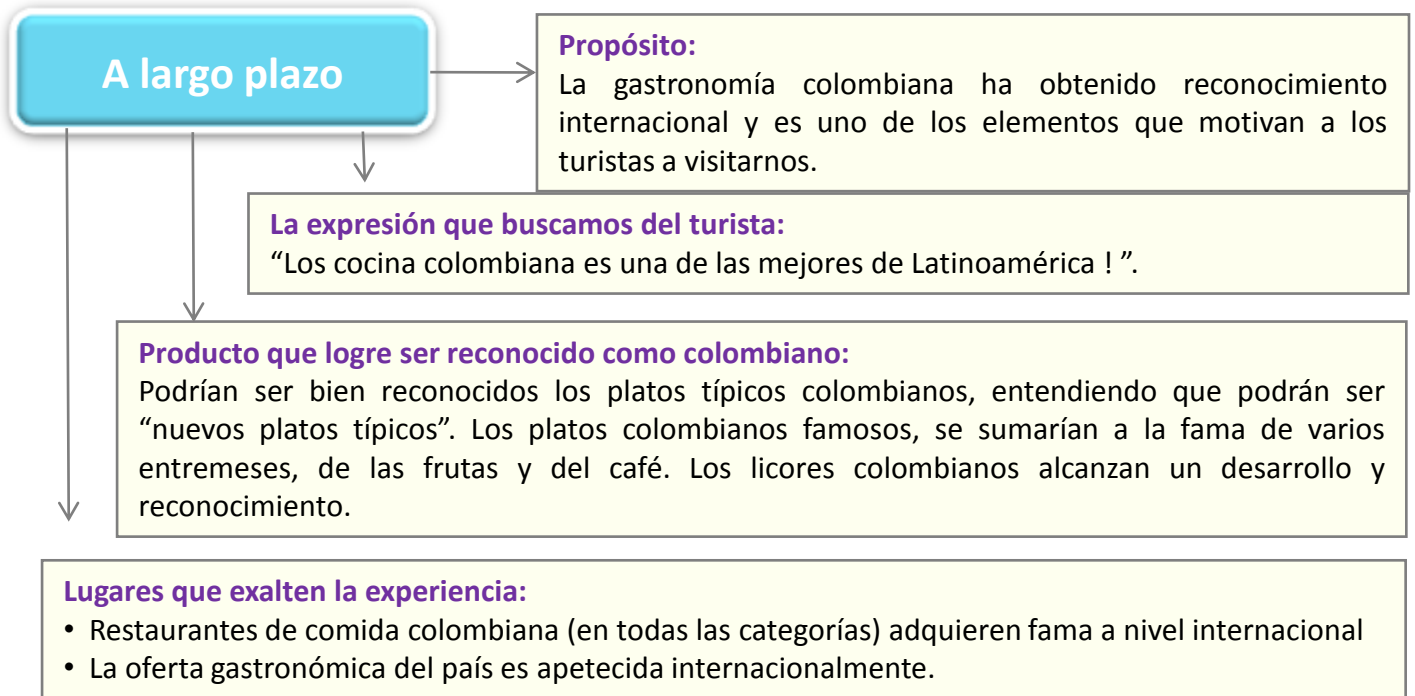
2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo

2.4 Cuál podría ser el lugar de la gastronomía en el turismo?



2. Buscando el lugar de la gastronomía en el turismo

2.4 Cuál podría ser el lugar de la gastronomía en el turismo?





3. Qué oportunidades y propuestas pueden desarrollar la gastronomía colombiana

3. Qué oportunidades y propuestas pueden desarrollar la gastronomía colombiana

El llamado a integrar esfuerzos y señalar el camino

Frente a la dispersión y desunión del sector gastronómico, se plantea un organismo (comité, entidad) y además un líder, que integre esfuerzos, gestione, reúna y dirija al sector. **El gobierno es el llamado** en primera instancia, porque es quien puede definir unas políticas para comenzar el trabajo de posicionamiento de la gastronomía.

Es el momento de aprovechar el interés y el esfuerzo de muchos que tienen “ganas” pero que no se canalizan, como el de algunos chefs reconocidos que han recorrido diferentes escenarios promulgando el valor de la investigación y la revaloración de nuestra gastronomía.

Cómo mejorar la comunicación del tema gastronómico

La entidad de gobierno que unifique y coordine el tema de la gastronomía debe considerar estas sugerencias en el manejo de la comunicación.

➤ **Mayor espacio:** Para allanar un lugar de la gastronomía frente al turismo hay que empezar por darle un espacio meritorio en todos los canales y escenarios en donde se promueve turísticamente a Colombia.

➤ **Nuevos contenidos:** Para ello se deben crear nuevos contenidos y formatos de todo el material que se va a publicar sobre nuestra gastronomía (tanto lo que debe decirse como la forma de hacerlo). Estos contenidos pueden apoyarse en la información que planteamos en este estudio.

➤ **Empezar por lo oficial:** La tarea de divulgación de la gastronomía, debe darse primero en los medios de difusión oficiales: páginas web, guías, mapas, folletos y todas las publicaciones y materiales que hablen de turismo y cultura. Además darle un lugar a la gastronomía en los escenarios feriales y eventos internacionales en los que se participe.



3. Qué oportunidades y propuestas pueden desarrollar la gastronomía colombiana

... Cómo mejorar la comunicación del tema gastronómico

➤ **Coordinación con los medios:** Lo que se emita para los medios de comunicación debe tener unos lineamientos claros en cuanto a los temas, contenidos y formatos que se deben promover. Son importantes, por ejemplo, espacios televisivos en canales como El Gourmet, que tienen ya un alcance internacional.

➤ **Páginas de turismo y guías:** En Internet particularmente, debe aprovecharse más la difusión de los diferentes portales que promueven el turismo, sin importar si son oficiales o privados. Actualmente es muy débil lo que se habla de gastronomía. Este trabajo de promoción debe extenderse a guías de viaje, guías de carretera y otras publicaciones en donde se pueda intervenir.

➤ **En los hostales y hoteles pequeños,** donde va el turista mochilero, es muy importante hacer un trabajo de difusión del tema gastronómico (y de turismo en general) a través de los administradores de estos establecimientos. Los mochileros son buenos difusores, multiplican la información por todo el mundo.



3. Qué oportunidades y propuestas pueden desarrollar la gastronomía colombiana

La promoción interna

- Aprovechar mucho más los medios de comunicación para exaltar la comida colombiana, saliéndose del esquema de programa de recetas o de tono “académico”. Intentar formatos o secciones como: programas de viaje, “metiéndose a la cocina de...”, lo que está pasando en los restaurantes de la ciudades, tendencias y en general secciones más cercanas a la audiencia.
- En medios escritos se propone algo más didáctico y divertido.
- Aunque es un tema muy estructural, debe pensarse en cómo la gastronomía colombiana puede hacer más presencia en las nuevas generaciones, posiblemente desde la escuela.



Las ferias son fundamentales, pero deben estar más articuladas Se plantean los siguientes caminos:

- Plantear una feria grande que pueda ser itinerante
- No perder el aliento de las ferias regionales, pero que no se pierda el sentido y que en lo posible, estén vinculadas o articuladas a esa gran feria.
- El gobierno es el llamado a ser articulador de lo que podría ser una “red nacional de ferias gastronómicas”.
- Que lo colombiano tenga un lugar muy claro, privilegiado, que no sea lo marginal en un evento de este tipo. Además, que esté claramente diferenciado, para que los visitantes lo puedan identificar fácilmente.

3. Qué oportunidades y propuestas pueden desarrollar la gastronomía colombiana

La tercera vía: deben coexistir la tradición y las nuevas propuestas



El desarrollo gastronómico debe construirse consolidando una oferta de lo tradicional, pero también impulsando los lugares de nuevas propuestas gastronómicas. Entre los dos debe establecerse una sinergia porque mutuamente deberían aportarse muchas potencialidades.

Esta coexistencia entre tradición y vanguardia favoreció el desarrollo del boom gastronómico en Perú.

Muchos de los actuales restaurantes de cocinas de autor y otras propuestas de vanguardia, hacen un esfuerzo creativo incorporando sabores o ingredientes de la cocina colombiana.

Alivianar y presentar mejor los platos

La presencia reiterada de harinas, los problemas en la presentación, la cantidad y lo “pesados” que son los platos colombianos son reclamos constantes por parte de expertos y turistas.

Promover un trabajo en estos aspectos, permitiría a los restaurantes típicos prepararse para atender mejor al turismo. Un ejemplo claro es el de la cazuela de frijoles que presenta una versión alivianada y más agradable en su apariencia.



3. Qué oportunidades y propuestas pueden desarrollar la gastronomía colombiana

Las instituciones académicas



Son uno de los actores llamados a poner en un mejor lugar a la cocina colombiana. Debe fortalecerse la formación en cocina colombiana a través de varios frentes. Por ejemplo:

- Incrementar en el pensum, las materias de cocina colombiana.
- Promover la investigación de las cocinas propias.
- Realizar o vincularse a distintas ferias y eventos donde la cocina colombiana sea protagonista.
- Motivar a los futuros egresados para que privilegien la cocina colombiana en su ejercicio profesional.
- Estimular un debate amplio y continuo alrededor del lugar y del futuro de nuestra gastronomía.

Mejorar la cadena de producción

Partiendo de la importancia de la calidad de los ingredientes en el éxito de la cocina, se insiste en la necesidad de revisar y optimizar algunos procesos productivos. Es muy difícil conseguir - en las cantidades y las condiciones adecuadas- ciertos ingredientes rescatados de las cocinas regionales, que darían mayor riqueza a la oferta gastronómica

Particularmente en pescados y mariscos, hay muchas dificultades en las normas de manejo, métodos de refrigeración y congelación y protocolos de higiene.

3. Qué oportunidades y propuestas pueden desarrollar la gastronomía colombiana

Potenciar las Frutas

En el estudio se ha destacado el valor de las frutas colombianas de manera reiterada. Se propone posicionarlas como un gran valor gastronómico y turístico de Colombia.

Además de las frutas más reconocidas y cotidianas, hay una serie de frutas más exóticas que están obteniendo un lugar muy importante en cocinas de autor y de nuevas propuestas colombianas.

Falta una labor por darle más visibilidad a los numerosos puntos de venta de fruta, jugos, salpicones, ensaladas, postres, dulces y helados que serían muy atractivos para los turistas.

Café

Es común el reclamo de que no tenemos una cultura fuerte de preparación y consumo de cafés especiales. Debe motivarse la presencia de buenos cafés en las cartas de restaurantes además de exaltar la ritualidad que invoca el consumo de esta bebida.

Es muy importante llamar la atención del turismo alrededor de las tiendas de café que tienen una presencia creciente en el país.

El turista extranjero no solo espera encontrar un muy buen café, sino también un despliegue muy amplio alrededor de este producto y de su cultura, experiencia que sólo se vive en pocas zonas del país.

Oportunidades con nuestros licores



Hay muchas oportunidades para trabajar en cuanto al ron y al aguardiente. Debería buscarse el largo camino para obtener denominaciones de origen, dando un manejo diferenciado a los cultivos de caña.

Debe pensarse cómo evolucionar el marco regulatorio del sector, para que puedan desarrollarse aguardientes especiales. En cuanto al ron, es posible seguir avanzando para alcanzar un reconocimiento al nivel de ciertos rones caribeños.



3. Qué oportunidades y propuestas pueden desarrollar la gastronomía colombiana

Promover experiencias turísticas alrededor de la gastronomía

En este punto, se proponen un conjunto de experiencias turísticas en donde la gastronomía tiene un papel fundamental

- Es muy importante integrar en este tipo de iniciativas a las agencias de viaje, hoteles y hostales y gobiernos locales.
- Debe existir un sistema de información que divulgue estos lugares con oferta gastronómica alrededor de experiencias turísticas.
- Debe aclararse que varias de experiencias propuestas se complementan entre sí y deberían articularse.



1. Rutas gastronómicas

Estructurar y desarrollar un programa ambicioso de promoción de rutas gastronómicas, con una buena comunicación en distintos medios y empezando por lugares claves para el turismo como el Eje Cafetero y Boyacá.

Un ejemplo muy interesante de rutas gastronómicas es la “Ruta de los Sabores de María” en el Valle del Cauca, liderada por la corporación Destino Paraíso y con apoyo público y privado. Esta ruta intenta articular la oferta gastronómica más reconocida de Palmira, El Cerrito, Ginebra, Guacarí y Buga, con la oferta de los alojamientos y los principales atractivos turísticos de la región.

2. La cocina como experiencia campestre

Como se ha visto en el estudio, una buena parte de los turistas viene al país con la expectativa de encontrar paisajes, lugares naturales y sitios campestres en general (eco-turismo, etno-turismo, etc.). En tales casos, lo gastronómico debe promoverse como una experiencia al aire libre o campestre (podrían denominarse “cocinas campesinas”).

3. Qué oportunidades y propuestas pueden desarrollar la gastronomía colombiana

Promover experiencias turísticas alrededor de la gastronomía

3. En los sitios turísticos ya reconocidos, debe posicionarse su fortaleza gastronómica

En sitios turísticos ya reconocidos (como San Agustín, Villa de Leyva o Santa Fe de Antioquia) se deben identificar y hacer reconocer alguna(s) fortaleza gastronómica en cocina colombiana.

4. Los “paraísos gastronómicos”

Algunas poblaciones del país que ya se han identificado por sus potencias culinarias (sin ser necesariamente turísticas) se pueden convertir en “paraísos gastronómicos” del país.

Hay muchas poblaciones famosas por sus truchas, sancochos o longanizas, dulces, etc. como Salento (Quindío), Aquitania (Lago de Tota, Boyacá), Ginebra (Valle), Sutamarchán (Boyacá), Vélez (Santander), entre muchas otras .

En este caso, estos lugares se pueden promover como destinos de “turismo gastronómico”. (Por ejemplo: “Vamos a comer trucha a Salento”).

5. Promover “zonas” gastronómicas de las ciudades

Los restauradores de estas zonas de las grandes ciudades, logran unirse más fácilmente que a través de los mismos gremios y ejecutan acciones que dinamizan el reconocimiento y el consumo en dichas zonas.

Zonas como:

- Zona G, Zona T, Parque de la 93 y la Macarena en Bogotá.
- Zona Rosa del Poblado (que incluye Parque Lleras y Barrio Provenza) y “Calle de la Buena Mesa” en Manila, en Medellín.
- Barrio Granada en Cali.



3. Qué oportunidades y propuestas pueden desarrollar la gastronomía colombiana

Promover experiencias turísticas alrededor de la gastronomía

6. La experiencia de comer en lugares de comidas populares

A muchos turistas les gusta sentir una experiencia gastronómica más auténtica y cercana a la cotidianidad de la gente local. (Plazas de mercado, restaurantes caseros y de pueblos, etc.)

7. Promover las experiencias gastronómicas alrededor de cultivos de café y frutas

Los turistas vienen con la expectativa de encontrar un país de café y (en menor medida por ahora) de frutas. Alrededor de estos productos se pueden ofrecer actividades similares a las que se ofrecen en Chile con el vino o en India con el té: visita a cultivos, ilustración del proceso de fabricación, degustaciones, información en aspectos culturales, etc.

8. Promover experiencias alrededor de rituales

Hay un valor alrededor de preparaciones y ocasiones que conllevan mucha ritualidad y que a un grupo importante de turistas les gustaría experimentar (Como por ejemplo la carne a la llanera, el sancocho, el fiambre, la carne oreada, el pescado moquiado, etc.)

9. La cocina y la fiesta

Hay una oportunidad por explorar alrededor de los carnavales y las fiestas del país, aprovechando su fuerte arraigo popular. Allí se debe organizar y direccionar mejor las muestras y actividades gastronómicas que ya existen, además, implementar más la presencia de cocinas autóctonas.



3. Qué oportunidades y propuestas pueden desarrollar la gastronomía colombiana

Promover experiencias turísticas alrededor de la gastronomía

10. Poner nuestra artesanía en la mesa

Promover e incentivar el uso de objetos artesanales nacionales como las vajillas del Carmen de Viboral y La Chamba.

Las molas, los bordados y los materiales como el fique, la guadua y la iraca son fundamentales (junto con la música) para estructurar una atmósfera en los restaurantes que ayude a darle identidad a la cocina colombiana.

Este aspecto es ampliamente valorado por los turistas internacionales (Evitando los estereotipos de la lo pintoresco y vulgar)

11. Exaltar los sitios de “entre comidas”

Exaltar y recomendar la infinidad de puntos de venta de “entre comidas” que a veces pasan desapercibidos (los turistas los tienen que descubrir espontáneamente). La experiencia en estos sitios es muy atractiva para el turismo internacional:

- Negocios de “pequeñas delicias” de la región
 - incluyendo panaderías y cafeterías
 - Tiendas de café
 - Juguerías o fruterías
- La comida de calle, de playa, de casetas y kioscos.

Se deben destacar los nuevos negocios de “entre comidas” (con un estilo y un enfoque más contemporáneo), pues son una forma para que el turista conozca la comida interregional. Es una opción de comida menos arriesgada y más amigable para el turista, que puede probar una muestra de varios entremeses (en vez de comerse un plato fuerte).



13. La cocina debe estar en los eventos importantes

La cocina colombiana, debe estar en los grandes eventos que se organicen en Colombia: recepciones, banquetes, inauguraciones, congresos y otros eventos con participantes internacionales.



Cuando el evento sea de carácter oficial, debe institucionalizarse la presencia de productos colombianos.