



Recogiendo la Gastronomía de la
Patagonia Verde a las Mesas

• Manual de Fomento •
— Para El —

Rubro Gastronómico

— De La —
Patagonia Verde



PATAGONIA VERDE

Proyecto apoyado por



SERNATUR
Región de Los Lagos



**SANTO
TOMÁS**



Autor:

Frederic Emery, Mario Carrasco

Fotógrafo:

Marco Jiménez, Frederic Emery

Diseño:

www.disueña.cl

Web:

www.dalcas.cl

Financiado por el Gobierno Regional de Los Lagos mediante el proyecto Bienes Públicos para la Competitividad Regional de CORFO **“PATAGONIA VERDE EN LA MESA, RESCATE DE INNOVACIÓN GASTRONÓMICA, DE LA COCINA ANCESTRAL HASTA LA COCINA CRIOLLA”**, a través del **“PROGRAMA DESARROLLO SUSTENTABLE DEL DESTINO TURÍSTICO PATAGONIA VERDE”** (Código BIP 30342073-0) , como parte del Plan Presidencial Especial Zonas Extremas Patagonia Verde.

VIVIR LA EXPERIENCIA

Comer es una instancia que fuera de las necesidades biológicas tiene un trasfondo cultural y psicológico que hace que cada cultura haya desarrollado ritos y preparaciones que los identifican. Cuando salimos a comer a algún restaurant temático de cocina china, por ejemplo, esperamos varios rituales que no solo incluyen la comida, por lo general, se espera que el personal de servicio tenga ropa alusiva a la cultura china; la decoración haga alusión a esta cultura oriental; la carta tenga nombres de platos que hacen alusión a lugares o preparaciones típicas del país. Según el nivel del restaurant se incorporan más elementos que hagan alusión a la cultura.

Cuando queremos abrir un restaurant deberíamos siempre pensar en cómo podemos hacer vivir una experiencia al comensal. Este proceso debe iniciar desde la fachada del lugar hasta los últimos detalles pasando por el personal de servicio, el nombre de los platos, el ambiente, la música, el tipo de luminaria, etc.

La Patagonia Verde tiene muchos elementos que identificaremos en este manual, y que nos permitirán hacer sentir una experiencia única a nuestros comensales. Esto no implica que todos los restaurantes tengan que servir los

mismos platos o no puedan preparar platos de tendencias extranjeras, la pregunta que debemos plantearnos es ¿Cómo hacemos para que este plato tenga una connotación única que represente a la Patagonia Verde? En este sentido es importante reconocer los productos, las técnicas, los métodos de las localidades, para poder incorporarlos a las preparaciones que ofrecemos en nuestro restaurant. Este trabajo es fundamental para poder generar una oferta con sentido y que permita a los comensales vivir una experiencia única dentro de un territorio determinado.

CONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA PATAGONIA VERDE.

¿Cómo construimos una experiencia única e inigualable para nuestros clientes? ¿Cómo podemos otorgar un nivel de satisfacción que exceda las expectativas de mis comensales? Quizás son preguntas no muy fáciles de contestar de un momento a otro, pero teniendo las ideas claras, no son difíciles de llevar a cabo.

Una de las cuestiones más fundamentales en la implementación de un servicio gastronómico es buscar una identidad a la que apelar y de esta manera dar cuerpo a nuestra oferta; es

decir, aquel elemento diferenciador, que hace que nuestros clientes nos prefieran y vuelvan una y otra vez. Sin este “elemento clave” somos uno más del montón, más de lo mismo.

No sacamos nada en poner tanto empeño y resolución si no somos capaces de diferenciarnos de la competencia. Es aquí entonces donde entra el “elemento Patagonia Verde”, nuestro factor de diferenciación; el “sello único” que nos permitirá construir una oferta conectada al entorno y aterrizada a la realidad local. Este sello o “estilo Patagonia verde” tiene que estar en sintonía en primer lugar con el contexto natural y geográfico, con el paisaje y el entorno.

En segundo lugar, debe estar en conexión directa con las personas, que habitan el lugar y que forman parte de esta oferta, con sus características particulares y su idiosincrasia.

El Sello Patagonia Verde debe convertirse en una cuestión cien por ciento de actitud, a partir de la cual se empieza a construir la experiencia individual y colectiva de nuestros clientes. ¿Qué quiere decir esto? Una vez que nuestro cliente haya puesto un pie en nuestro territorio debe empezar a notar la diferencia: en el trato,

en la actitud de servicio, en el mensaje que se quiere transmitir.

Desarrollar una actitud de servicio no significa ser “servil” y pusilánime, al contrario, se trata de empatizar con las necesidades de nuestros clientes y colocarlas en el primer lugar de la tabla. Esto lo logramos desarrollando la amabilidad y cortesía sureña; siendo flexibles para resolver los problemas que se puedan presentar; anticipándonos a las necesidades de nuestros huéspedes y no olvidando que la gente que nos visita quiere vivir un momento agradable, una experiencia única, por tanto, no tenemos derecho a echar por tierra ese “momento esperado”.

La actitud de servicio positiva se logra teniendo en cuenta nuestras fortalezas, pero también nuestras debilidades, y más aún, nuestra capacidad de aprender y mejorar nuestro producto-servicio.

A photograph of two men sitting on hay bales in a rural landscape. The man in the foreground is wearing a green short-sleeved shirt, dark pants, and a green beret. He is looking towards the left. The man behind him is wearing a blue long-sleeved shirt and light-colored pants. They are sitting on a large pile of hay. In the background, there are green trees and a body of water under a clear sky.

Esto también tiene que ver con desarrollar una actitud hospitalaria, de manera tal que nuestros clientes se sientan como en casa, que no quieran irse, que siempre sientan la necesidad de volver. Muchas veces ni siquiera pasa por un tema de inversión de recursos, tiene que ver con las características de las personas que habitan este territorio de la Patagonia Verde. Ahí está el activo principal de esta oferta, que tiene que plasmarse en el cariño y el amor que ponen en su gastronomía, en la dedicación con la que atienden a sus comensales, en el espíritu de servicio para sus clientes y finalmente, que el hecho de llegar a la Patagonia Verde sea único e incomparable, dentro de las tantas ofertas que puedan existir a lo largo de nuestro territorio nacional.



MANUAL DE FOMENTO PARA EL RUBRO GASTRONÓMICO DE LA PATAGONIA VERDE

Este manual tiene como objetivo recomendar procesos gastronómicos y preparaciones para fortalecer la identidad gastronómica de aquellos negocios de expendio de alimentos en el territorio Patagonia Verde. Las sugerencias propuestas en este manual se basan en el trabajo realizado en el territorio mediante “mateadas” y entrevistas individuales con actores claves, personas descendientes de familias que colonizaron este territorio o que conocieron de primera fuente las costumbres culinarias locales; además de talleres y reuniones con empresarios del rubro, quienes nos indicaron brechas y nos contaron el trabajo que estaban realizando en sus emprendimientos.

07

CAPÍTULO I

IDENTIFICACIÓN DE
BRECHAS

10

Capítulo II

LOS SABORES DE LA
PATAGONIA VERDE

18

CAPÍTULO III

LOS TIPOS DE
COMIDAS EN LA
PATAGONIA VERDE

29

CAPÍTULO IV

EL MENÚ
LA CARTA

37

CAPÍTULO V

MÉTODOS DE
CONSERVACIÓN

MÉTODOS
ANCESTRALES DE
CONSERVACIÓN
DE LA PATAGONIA
VERDE.

53

CAPÍTULO VI

INFRAESTRUCTURA

61

CAPÍTULO VII

FUENTES DE
FINANCIAMIENTO

MAPA LEGAL
PARA INICIAR UN
NEGOCIO
GASTRONÓMICO

CAPÍTULO I

IDENTIFICACIÓN DE BRECHAS



IDENTIFICACIÓN DE BRECHAS

En base a las entrevistas con empresarios de la zona y de acuerdo a las reuniones sostenidas con el comité asesor conformado por autoridades locales, regionales y representantes del gremio, se pudo identificar distintas brechas en varios ámbitos, a saber:

IDENTIDAD GASTRONÓMICA

Escasa información sobre la identidad gastronómica, poca recopilación escrita o audiovisual de actores locales que relaten las preparaciones o técnicas culinarias del territorio.

Poca valoración por parte de los empresarios locales de las preparaciones ancestrales. Se evidencia por una parte falta de conocimiento de las preparaciones locales y por otra en algunos casos, pudor en preparar platos locales.

Fortalecer la incorporación de productos de temporada en las cartas de los restaurantes con la finalidad de mejorar la economía circular y el uso de productos frescos locales. En este sentido los empresarios observaron la falta de formalización de los micros productores o recolectores locales.

En muchos casos impidiendo comprar productos de la zona ya que no cuentan con documentos legales para poder justificar su origen.

FORMACIÓN

Bajo nivel de capacitación del sector, falta incorporar a los liceos técnicos locales de especialidades enfocadas al turismo y la gastronomía, a excepción de liceo de Hornopirén que cuenta con la especialidad de Turismo.

La temporalidad del sector turístico en la zona impide que los empresarios puedan proyectar sus equipos de trabajo en término indefinido, lo que produce rotación de personal obligando a los empresarios a capacitar a los colaboradores constantemente. Sumado a los problemas de conectividad que en muchos casos aleja el capital humano calificado.

Fomentar la conciencia turística entre los colegios locales y empresarios del rubro. Mediante la coordinación de actividades enfocadas al turismo y el sector gastronómico: organizar talleres de cocina, visita a restaurantes y hospedajes, realización de actividades conjuntas con estudiantes en festivales locales o en el colegio, charlas sobre identidad cultural local, etc.

PROMOCIÓN

Generar campaña de promoción del sector mediante la asociatividad entre empresarios, municipios, SERNATUR.

Crear una ruta gastronómica con hitos por comunas y definir preparaciones identitarias para cada comuna.

Coordinar entre las comunas un calendario de actividades de verano para evitar topes y fortalecer la difusión entre éstas (calendario de actividades para el territorio), fortalecer la oferta gastronómica con identidad local.



CAPÍTULO II

LOS SABORES DE LA PATAGONIA VERDE



LOS SABORES DE LA PATAGONIA VERDE

Siendo bastante abstracto podemos identificar algunos sabores y aromas que definen una región muy ligada a su entorno y clima. En el caso de la Patagonia Verde por su peculiar geografía que contempla un sector costero y también un sector cordillerano encontraremos factores comunes y algunos más específicos.

COMER DE FORMA LÚDICA

Para generar una comida que sea lúdica debemos crear un juego en la mesa entregándole un segundo atractivo a la comida. Por ejemplo, servir una carne asada directamente en un plato es menos atractivo que recibir la carne en el centro de la mesa en una plancha caliente o una tabla donde el comensal o el garzón tenga que cortar la carne y luego cada uno se sirve. Este concepto se origina en las cortes reales europeas, donde el objetivo era mantener a los nobles entretenidos la mayor cantidad de tiempo posible en la mesa, por lo que fuera de incorporar espectáculos durante los banquetes se generó todo un protocolo de servicio que hacía parecer este momento como un espectáculo en sí. Estos métodos de servicio se estandarizaron y fueron muy utilizados hasta mediados del siglo XX; ejemplos de esto son: el servicio a la francesa, servicio a la inglesa y el servicio a la rusa, cada uno con su particularidad. En la actualidad estas técnicas de servicios han quedado como técnicas clásicas, sin embargo, poco son los restaurantes que siguen estos protocolos, debido a los altos costos de personal de servicio que estos involucran. Para esto y en particular pensando en

un público que viene como turista y que tiene más tiempo para poder disfrutar de la comida en particular en la cena, podemos generar formas de presentar la comida que impliquen una actividad “lúdica”, como por ejemplo presentar una cazuela en una olla y dejar que el comensal se sirva. Generar algún plato compartido que cada uno deba armar en base a las distintas salsas a disposición, una técnica muy común en la cocina oriental.

No olvide que este aspecto lúdico que podemos ofrecer en nuestro servicio al cliente es parte de la experiencia gastronómica que éste viene a buscar; por lo tanto, no debiéramos complicarnos en reproducir aspectos del servicio demasiado sofisticados y que no se puedan llevar a cabo en la práctica. Recuerde que el cliente quiere compartir la cultura local y su tradición, por tanto, debemos imprimir el sello Patagonia Verde no sólo a los productos sino también al estilo de nuestro servicio hacia el comensal.

El servicio al comensal se debe definir como una actitud, que se nota a través del trato que le damos a nuestros clientes; siempre positivo, flexible, enfocado a resolver sus necesidades, basado en nuestra cultura local y con el propósito de crear una experiencia única y trascendente. De esta forma, lograremos que la visita se repita y que el efecto multiplicador positivo traiga nuevos visitantes que queden maravillados con nuestra oferta.

ASADO

El aroma de la carne asada, en particular la carne de cordero siempre nos traslada al sur de Chile, en el caso de la Patagonia Verde, se nos viene a la mente el asado parado o patagónico.

HUMO

Una característica peculiar de toda la zona austral de Chile debido al uso de leña para calefacción y para cocinar, pero también uno de los métodos de conservación más usado.

PAN AMASADO

Nada mejor que un pan amasado recién salido del horno, este aroma es muy característico de los hogares del sur. En particular en el campo donde las personas por no tener panadería cerca siempre han preparado su pan y esta particularidad es un sello muy identitario.



RESCOLDO

La mayoría de las casas tenían su fogón y en un principio era el lugar donde se cocinaba y se preparaban muchas cosas en el rescoldo, partiendo por la tortilla, (la que poco a poco fue remplazada por el pan amasado); papas al rescoldo; huevos o hasta cabeza de vacuno enterrada en el rescoldo.

El fogón no sólo representa la esencia de muchas cosas relativas a la gastronomía de la Patagonia Verde, sino que también es el lugar en donde se reúne la familia y se traspasa la tradición oral, de abuelos a hijos, de hijos a nietos. Es aquí en donde se cuentan las historias, los mitos, se transmite el conocimiento de los “antiguos” a los más jóvenes, donde se forja la experiencia. En este lugar también se aprendían los conocimientos culinarios y de los productos, las épocas de siembra, cosecha o recolección, entre otros.

MATE

El mate tiene muchos adeptos en toda América del Sur, sin embargo, tomar el mate a la orilla de la cocina a leña en una “choquero” de fierro enlozado en un día de lluvia es la esencia misma de la Patagonia.



PAPA

La papa nunca falta en la mesa de la Patagonia, esta papa recién hervida y aún humeante llena de aromas la mesa y sacia el apetito más voraz.

CHICHA

“La rica chicha”, en donde cada uno tiene sus secretos para elaborarla; pero todos estaremos de acuerdo que cuando llegan visitas no puede faltar un vasito de este brebaje para alegrar la conversa.



CAPÍTULO III

TIPOS DE COMIDAS EN LA PATAGONIA VERDE



TIPOS DE COMIDA EN LA PATAGONIA VERDE

En este capítulo revisaremos los tipos de comida y sugerencias de preparaciones que le dan identidad a la comida local basado en el trabajo de rescate que hemos realizado en el territorio. Estas sugerencias corresponden al conjunto de las comunas, sin embargo, algunas de las preparaciones corresponden más a la zona costera y otras a la zona cordillerana.

DESAYUNO

El desayuno se considera una comida muy importante, y en muchos casos muy simple. Lo que no podía faltar era el mate; también se tomaba café de trigo, de cebada o de higo. Generalmente se acompañaba el mate con ñaco mezclado con leche o con agua; se preparaba pan amasado o tortilla de rescoldo dependiendo de si la casa tenía o no cocina a leña. En muchos casos, mayormente por la costa, se preparaban papas cocidas o "mayo de papas", acompañado de queso o con un sofrito. No faltaba la mermelada, la mantequilla y en muchos casos se freían huevos o se hacían revueltos, también cocidos al rescoldo. Otra preparación muy común es la mazamorra de harina que consiste en una especie de masa de harina que se cocina en leche.

Estos platos que se consumían en el desayuno, fueron evolucionando a medida que las personas pudieron contar con una cocina leña o tuvieron acceso a otro tipo de productos, sin embargo, en este texto hemos querido rescatar la esencia de un desayuno de la Patagonia Verde con la finalidad de incentivar a los servicios de alojamiento a ofrecer un desayuno con identidad local y con productos naturales y del entorno.

MATE

Un día en la Patagonia siempre inicia con un mate, con agua o con leche, endulzado o amargo; el mate es considerado un alimento de primera necesidad.





CAFÉ DE TRIGO O CEBADA

Por la poca conectividad y la lejanía de los centros de distribución, el café era poco común; por lo que las personas usaban el trigo o la cebada que se tostaba y luego se molía, y con esto preparaban “el café” de todos los días.

ÑACO

Así se le llama a la harina tostada, preparada con leche o con agua. También se hacía la “huañaca”, un caldo de huesos con harina tostada o el “pavo ñaco”, una mezcla de harina tostada con manteca y agua que se acompañaba de huevos fritos. Estas preparaciones eran muy comunes cuando se avvicinaba un día duro de trabajo lejos de casa.

PAN AMASADO

Es común escuchar que el aroma del pan amasado nos transporta al sur de Chile. Nos parece importante que el pan que ofrezcamos no solo en los desayunos, sino para todas las comidas sea amasado.

HUEVOS

Las entrevistas nos cuentan que se comía mucho huevo, en particular en el desayuno, generalmente revueltos (en ocasiones a estos

huevos se les agregaba perejil o ciboulette); huevo candeal (huevo y azúcar al cual se le agrega leche hervida) o también huevos al rescoldo que se cocinaban envueltos en papel de diario mojado, y huevos duros.

QUESO

Se sugiere ofrecer queso de campo, ya que la mayoría de los entrevistados cuentan que los quesos los hacían ellos mismos.

DULCES

Varios son los dulces o mermeladas que podemos ofrecer, siempre debemos tomar en cuenta que estos sean elaborados con productos locales, como rosa mosqueta, murta, manzana, ciruela, mora u otras frutas.

MAYO DE PAPAS

Para iniciar el día nada mejor que unas papas cocidas, con un sofrito de cebolla o con queso.

TORTILLA DE RESCOLD

Antiguamente se cocinaba en el fogón, donde se ponía en el rescoldo a cocinar las tortillas; con la llegada de la cocina a leña el pan amasado reemplazó la tortilla. Siempre acompañar de mantequilla, queso o mermelada.

COMO SERVIR EL DESAYUNO

Se sugiere utilizar tasas de acero enlozado o tazas de porcelana pintada, en lo posible la loza debe dar un ambiente casero. El pan o la tortilla de rescoldo debe salir de la cocina a leña, lograr que los comensales tengan visión del horno de la cocina a leña o puedan estar cerca de una.

Se sugiere crear un “ambiente hogareño”, que haga sentir al cliente que está en su propia cocina. Utilizar tablitas de madera para el queso y fiambres; preparar los huevos a la orden, se pueden servir los huevos revueltos en la misma paila donde los preparan. Si se va a servir algún tipo de jugo, ofrecer uno en base a frutas de la zona, pueden ser elaborados con frutas o bayas frescas o con frutas cocidas, endulzados con miel o azúcar común.

Siempre se agradece alguna preparación diferente para cada día, por lo cual se sugiere elaborar una pequeña minuta de desayunos con una base simple, por ejemplo: pan amasado, dulce, mantequilla, queso de campo, algún fiambre, maté, café (de trigo y normal) en lo

posible hacer café de grano, evitar el café instantáneo; té de hierbas de la zona; luego todos los días se agrega algo distinto: huevo revuelto con cebollín el lunes, huevo frito el martes, y así sucesivamente, según disponibilidad. Lo mismo con otro plato dulce, unos panqueques de manzana el lunes, un kuchen de murta el martes y así los demás días. El agua para el té de hierbas de la zona o el maté idealmente servirlo en una tetera, lo mismo para el café: elegir una cafetera francesa o una cafetera italiana. También se pueden implementar los antiguos artilugios que antaño se usaban para percolar el café de trigo: una pequeña jarra de metal enlozado, un bastidor con mango de metal y una tela que permita agregar el café y percolar el líquido.



SUGERENCIAS PARA EL DESAYUNO.

BEBIDAS:

Café de trigo, cebada, higo. Café de grano tradicional percolado. Té normal o aromatizado con hierbas o frutos silvestres.

Infusiones de hierbas: manzanilla, poleo, menta, matico, paico, ruda, etc.

Otras infusiones caseras: canela, jengibre, miel y tajadas de limón; romero, miel y limón, etc. Leche sola, leche con hojas de menta o cedrón, cascaritas de naranja, canela, clavo de olor o vainilla.

Jugos de fruta natural o fruta cocida endulzada con miel o azúcar común.

Comidas:

Pan amasado, sopaipillas de masa o churascas, torta frita, milcaos.

Huevos a la orden: fritos, revueltos con ciboulette, cebollín, queso, otros.

Mantequilla de campo, queso de campo.

Fiambres tradicionales.

Mermeladas caseras: rosa mosqueta, mora, murta, maqui, frambuesa, grosella, ciruela, frutilla, membrillo, otras.

Miel de la zona.

Preparaciones dulces: panqueques de manzana, tartaletas de frutas con crema pastelera, küchen de fruta y de nuez; empanaditas de manzana (tradicionales o chanchitas), roscas o calzones rotos, queques tradicionales, galletas artesanales, etc.



Café de Trigo

ALMUERZO

El almuerzo en muchos casos era la única comida del día después del desayuno, los registros cuentan que por lo general se solía almorzar bastante tarde lo que hacía el desayuno una comida muy contundente para poder aguantar casi todo el día y luego se llegaba a almorzar. Las cazuelas, guisos y estofados son las preparaciones que más se consumían, todo esto siempre acompañado de papas cocidas o "mayo de papas". Según el sector donde vivían se hacían estas preparaciones en base a carne o productos del mar. También se asaban carnes en el horno o en las brasas al igual que pescados.

Hoy en día las variedades de preparaciones que se ofrecen a la hora del almuerzo han aumentado debido a una mayor oferta de productos a lo largo del año. Las personas de edad cuentan que la falta de vías de comunicación con el resto de la región dificultaba la posibilidad de obtener productos que no sean los que se cultivaban, criaban, recolectaban o pescaban en el sector; el trueque era muy común entre vecinos. La única forma de salir de la zona era mediante lanchas hacia Chiloé o Puerto Montt, viajes que podían durar hasta

cinco días o para los sectores cordilleranos viajar a Argentina para abastecerse de productos básicos. Lo que hacía que raras veces podían freír ya que el aceite era escaso, y generalmente se preparaban las frituras en manteca, donde se cocinaba la "torta frita" y el "milcao".

En la actualidad podemos ofrecer una variedad de comidas, más amplia gracias a un suministro regular de productos. Sin embargo, cuando ofrecemos un plato deberíamos siempre intentar incorporar a la preparación algún producto local o innovar de tal forma, que entregue valor agregado a la preparación. Para lograr este fin, se pueden utilizar los siguientes métodos: adaptar la técnica de cocción a una técnica local; incorporar productos locales; montar el plato en materiales con identidad; hacer alusión a palabras identitarias o toponimia local para nombrar un plato, etc.

A continuación, haremos alusión a los platos que más se consumían en la zona e incorporaremos algunos conceptos para poder diferenciar este plato de otros similares que podríamos encontrar en la zona sur.

CAZUELA

De gallina, carne vacuna, cordero, mariscos o pescados; seguramente el plato que más se puede encontrar a la hora del almuerzo. Se hacía con bastantes verduras y en muchos casos se le agregaban masas o "fideos de masas". Cuando preparamos una cazuela siempre deberíamos pensar en los productos que le dan identidad, independiente que cada uno tenga su propia receta, la clave es observar los productos que provee el entorno. En este contexto podríamos evitar poner choclo y remplazarlo por nabo, remplazar el arroz por fideos de masa o trigo mote. Como se puede observar son pequeños cambios que hacen la diferencia entre una cazuela que se come en Santiago y la que se elaboraría en el territorio. Para servir la cazuela podríamos idear una forma diferente; por ejemplo, servir la cazuela en una ollita de fierro enlozado y dejar que el cliente se sirva, especialmente cuando más de una persona vaya a comer.

ESTOFADO

Más espeso que la cazuela se elabora con vacuno, chancho, cordero, pescado, pato, ganso u otras aves. Por lo general se acompaña de papas. En el caso de los estofados pasa un poco lo mismo que con la cazuela, mas en este caso la gama de productos locales que podemos incorporar es mayor, como, por

ejemplo, agregar un poco de murta, avellanas, hongos locales, manzana, etc.; de hecho se sugiere tomar una receta que identifique cada uno de los ingredientes e intentar reemplazarlo por un producto local, como ejemplo reemplazar el vino por chicha, reemplazar el harina por harina tostada, agregar algún producto ahumado, etc.

ASADO

Una de las preparaciones emblemáticas de toda la Patagonia es el asado de cordero parado, también se prepara chancho, vacuno o el "cancato", un asado de pescado generalmente hecho en base a sierra. Lo que la da valor agregado al asado es toda la ceremonia que lo rodea, el fuego, la sazón, el hecho de que uno ve cómo se desarrolla la cocción del producto; por tanto cuando se ofrece algún asado cocido en horno para el turista no es muy llamativo el concepto, a no ser que el horno sea de barro o que salga del horno de la cocina a leña, en este caso es importante que el público pueda ver y vivir la escena de sacar el asado del horno propiamente tal.

MAYO DE PAPAS

El acompañamiento que nunca falta, unas papas cocidas, con un sofrito de cebolla u otras verduras.



ONCE

La hora de la once en Chile traspasa todas las regiones y para muchos es una de las comidas más emblemáticas de la cultura chilena. Sin embargo, cada zona tiene distintos tipos de comida que se preparan para compartir en este momento, salvo el pan que podríamos considerar como el elemento central de la once. En la zona sur el pan se hace amasado, cocido en la estufa a leña o antiguamente al rescoldo; también muchos cuentan que se preparaba la papa al rescoldo para la once. A esto se le sumaba el milcao que se cocinaba en chancaca o una mazamorra de manzana y los chapaleles hervidos acompañados con miel o dulce. Por último, el mate viene siendo la bebida por excelencia en la Patagonia Verde a la hora de la once.

MILCAO

Masa de papa cocida con papa rallada, muchos de los entrevistados cuentan que por lo general se hervían o freían en manteca, en un inicio no se preparaban con chicharrones, esta costumbre llegó más adelante.

PAN AMASADO

El aroma característico del pan amasado es una señal a la hora de la once, con o sin chicharrones, es el elemento central de la mesa. Viene por lo general acompañado de queso o algún tipo de dulce.

CHAPALELE

Masa hervida de harina, acompañada de dulce o miel. También se conoce al chapalele como una masa de papa cocida molida con harina y huevos que por lo general se cocina dentro del curanto en los sectores costeros. Para la once esta masa se puede freír y se acompaña de dulce de mosqueta, conocido también como buñuelos.

MATE

Del amanecer al atardecer siempre encontraremos el mate en las mesas de la Patagonia. La once es un pretexto perfecto para calentar la tetera y tomar un matecito.

CENA

Para la cena generalmente se recalentaban las mismas comidas que tenían preparadas para el almuerzo o se cocinaba papas con un sofrito de cebolla, "mayo de papas". En muchos casos cuentan que la once pasaba a ser la última comida del día.

Hay que recordar que las personas pasaban gran parte del día en el campo o en el monte haciendo leña, por lo cual se acostumbraba preparar un buen desayuno. Llevaban una merienda que consistía en un trozo de pan, un poco de charqui o queso y mate. Luego volvían en la tarde a almorzar y entrada la noche tomaban once o recalentaban lo que sobraba del almuerzo.

CAPÍTULO IV

EL MENÚ



EL MENÚ

El Menú es una oferta fija de preparaciones, a diferencia de una carta donde el cliente puede elegir los platos en base a una oferta variada, en el menú esta opción es inexistente o muy restringida. En este contexto encontraremos los siguientes tipos de menús:

MENÚ DEL DÍA

Oferta diaria que se compone en general de una entrada, un plato principal y un postre, en ocasiones incluye bebestibles. Según el restaurant encontraremos algunas ofertas de dos o tres entradas a elección al igual que los platos principales y postres. También el valor puede cambiar en función de la cantidad de platos que el comensal quiera pedir. En este contexto los establecimientos planifican distintas fórmulas que se adecúan a su oferta y a la clientela. Estos tipos de menú generalmente se preparan en una cantidad determinada de porciones y deben tener la particularidad de poder ser despachados de forma rápida. Esta oferta de menú varía día a día por lo cual se debe evitar repetir preparaciones de un día a otro.

MENÚ DE DESAYUNO

Define las preparaciones que se servirán para el desayuno, según las cantidades de platos,

las preparaciones y forma de servicio, encontraremos los estilos de desayuno continental, desayuno americano, buffet desayuno.

MENÚ DE GALA O BANQUETE

Esta oferta se idea para eventos especiales como bodas, cumpleaños, fiestas, por lo general incluye tanto la comida como los bebestibles, además de varios servicios anexos, música, decoraciones, etc. Contempla preparaciones en base a productos finos, pueden incluir variedades de platos de pequeñas dimensiones (cócteles), una o más entradas y en algunos casos más de un plato principal al igual que el postre. Según los espacios, personal y solicitud del cliente, podemos ofrecer parte del menú en el formato de buffet.

MENÚ TIPO BRUNCH

La palabra brunch se origina del inglés “breakfast y lunch” y es una mezcla de platos dulces del desayuno y platos salados del almuerzo. Por lo general se ofrece los domingos o días feriados, cuando las personas se levantan más tarde y se preparan un desayuno más contundente que reemplaza el almuerzo.

MENÚ DE ONCE

En Chile este servicio es muy particular y tiene origen en “la hora del té” que toman los ingleses, consistente en platos por lo general fríos, tanto dulces como salados que se sirven con bebidas calientes. Este servicio se ofrece en la tarde, en muchos casos remplazando la cena.

MENÚ DIETÉTICO

Oferta de platos para comensales que siguen una dieta por temas de salud. Por lo general esta propuesta debería pasar por la revisión de un nutricionista quien debe adecuar las preparaciones para cumplir con este régimen. En este contexto los protocolos de preparaciones deben cumplir con estrictos parámetros para evitar afectar la salud de los comensales.

MENÚ EJECUTIVO

Al igual que el menú del día esta propuesta incluye entrada, plato principal y postre. Por lo general comprende los bebestibles y pueden además incorporar algún tipo de bocados (cóctel). Si bien muchos restaurantes incluyen este menú como una opción en el menú del día, generalmente esta propuesta está enfocada a un grupo específico de clientes (empresas,

servicio público, etc.) con quien se define el servicio de las prestaciones culinarias por un valor determinado que se cancela en un solo pago para una cantidad determinada de personas. En algunas ocasiones este menú viene dentro de un paquete que incluye otros servicios anexos, como sala de conferencias, alojamiento, entre otros.



Establecer un menú requiere conocimiento, experiencia teórica y práctica de los distintos procesos culinarios. El éxito de un menú depende en mayor medida de su composición y que los platos que lo componen estén estandarizados. Los siguientes factores le permitirán definir las preparaciones para elaborar una oferta de menú:

- Recetas estandarizadas.
- Costeo actualizado de las recetas.
- Adaptación a la infraestructura y RRHH.
- Variedad, diversidad y repetición.
- Adaptación a la clientela.
- Temporada y el clima.
- Aplicación de métodos y técnicas de cocción.
- Regla del menú.
- Menú especial.
- Planificación de los menús.

RECETAS ESTANDARIZADAS

Para lograr constancia en las preparaciones debemos siempre trabajar en base a recetas estandarizadas, lo que permitirá asegurar un resultado óptimo de la preparación y “costear”. Para esto se sugiere sistematizar el formato que utilizaremos para tal efecto, haciendo uso de algún programa computacional. Una receta mal estandarizada puede provocar

error en el costeo, exceso o falta en las porciones y en el resultado de la preparación.

COSTEO ACTUALIZADO DE LAS RECETAS

Tomando como base una receta estandarizada podemos costear y sacar el precio de venta de este plato. Para esto se sugiere actualizar los valores de los productos puesto que estos tienen fluctuaciones provocadas por distintos factores. Para esto podemos utilizar un sistema computacional que facilite el proceso.

El precio de venta de un menú o de una preparación en el caso de una carta debe incluir los costos de funcionamiento del establecimiento, la inversión e infraestructura.

ADAPTACIÓN A LA INFRAESTRUCTURA Y RRHH

Cuando redactamos un menú no solo debemos pensar en la comida que queremos ofrecer o que los clientes nos solicitan. Debemos incluir la infraestructura necesaria para poder elaborar, mantener y servir estas preparaciones al igual que el nivel de capacitación con el cual cuenta mi equipo de trabajo. Debemos tener claro si el suministro de insumos permitirá elaborar este menú. Los espacios y la cantidad de personal necesario para poder atender al cliente deben ser los adecuados. El flujo de

trabajo debe ser claro, busquen optimizarlo mediante una distribución de las tareas tomando en cuenta las responsabilidades de cada una de las personas que conforman el equipo y eviten sobrecargar un sector, este proceso debe también incluir a los insumos y equipos. Es una buena política generar una carta Gantt para cada menú donde se definen insumos, equipos, procesos, responsables y tiempos.

VARIEDAD, DIVERSIDAD Y REPETICIÓN

Cada plato del mismo menú tiene que ser diferente de los otros platos, por su naturaleza, su preparación y su aspecto. Para lograrlo es importante poder seguir los siguientes puntos:

- Variar los productos.
- Diversificar los métodos de cocción.
- Cambiar la forma, tamaño, colores, texturas de los platos donde se servirá la comida.
- La presentación de los platos (el montaje).
- Variar los tipos de carnes, pescados y salsas entre cada plato; a modo de ejemplo evitar servir una entrada con una carne blanca y plato de fondo con carne blanca, lo mismo con las salsas.
- Evitar el exceso de cantidad por razones estéticas y económicas, en este contexto el tamaño de los platos influye mucho.

- Tendrán que adaptar la cantidad de comida en función de la cantidad de platos que se ofrecen en un menú, a mayor cantidad de preparaciones, porciones más chicas.
- Evitar las frituras, de hecho, solo deberíamos tener una sola fritura en un menú.
- Variar los acompañamientos.
- Un menú siempre debe incorporar alguna verdura, ensalada o frutas.

ADAPTACIÓN A LA CLIENTELA

Conocer a su cliente le permitirá adaptar su oferta a su género, su nivel socio económico, su rango de edad, su nacionalidad o algún tipo de religión. Todos estos factores deben ser tomados en cuenta para poder proponer un menú que cumpla con cada una de las particularidades de estos comensales.

TEMPORADA Y EL CLIMA

El factor climático influye en el tipo de propuesta que podamos generar, en el caso de un día caluroso de verano es muy probable que una ensalada tenga mayor éxito que una sopa y esto será al revés, para un día lluvioso y frío de invierno. A lo anterior, debemos sumar los insumos propios de la temporada y así contar con

productos frescos y locales. El hecho de trabajar con productos de temporada también influirá en el rendimiento económico de su negocio, aprovechando de mejor forma las ofertas y disponibilidad de insumos.

APLICACIÓN DE MÉTODOS Y TÉCNICAS DE COCCIÓN

Variar los métodos de cocción y aplicar técnicas locales permitirán que su oferta tenga identidad. Debemos respetar los puntos de cocción de cada uno de los alimentos para evitar la pérdida de nutrientes. Evitar técnicas que hagan uso de mucha materia grasa y en lo posible remplazar la grasa animal por grasas vegetales.

REGLA DEL MENÚ

El menú debe cumplir con algunas reglas de redacción que permiten estructurarlo y promocionar el establecimiento. Deben indicar el tipo de comida, desayuno, almuerzo, cena, etc. o a quien está destinada esta comida, en el caso de una boda o una empresa. Si se presenta la situación, que el menú no haya tenido acuerdo en el pago con el cliente en el caso de grupos o eventos, deberán indicar su valor. Se sugiere

incorporar la fecha completa o temporada según el tipo de menú para que tanto el cliente como usted puedan tener un registro. Siempre deben incluir en su oferta, el nombre de su local o alguna imagen de marca si la tienen; la dirección del local e información de contacto o página web; redes sociales; entre otros. Estos datos le permitirán al cliente compartir su experiencia en las redes o poder contactarlo en un futuro.

MENÚ ESPECIAL

Estos menús se elaboran en función de alguna dieta o preferencias culinarias como por ejemplo veganos, niños, etc. Cada uno de estos segmentos representa un mercado potencial interesante que no sólo debe incluir una comida particular, sino que también traer todo un concepto asociado a este tipo de cliente. En el caso de los niños buscaremos comidas más simples con nombres de platos alusivos a la niñez; tendrán que hacer una atención en cuanto a los valores y en lo posible anexar servicios como material didáctico para niños. Siempre recuerden elaborar una propuesta lo más saludable posible. Pasa algo similar para cada segmento al cual ustedes quieran hacer una propuesta gastronómica.

PLANIFICACIÓN DE LOS MENÚS

Planificar los menús le permitirá organizar sus compras y trabajos con tiempo, facilitando la organización dentro de su negocio. Según los volúmenes de compra podrán negociar mejor los precios y asegurar un stock de productos. Cuanto más tiempo ustedes planifican sus menús menos trabajo tendrán que ocupar para su elaboración. En el caso de los menús cíclicos, que consisten en una planificación por lo general de un mes, donde ustedes tendrán previamente definido la comida de cada servicio, siempre deben cuidar evitar las repeticiones de platos, de tal forma cuando reinicien el ciclo los comensales no lo notarán.

LA CARTA

La carta es una oferta de varios platos que el cliente puede elegir.

Para poder definir como elaborar una carta debemos seguir algunos principios que tienen relaciones con el mercado al cual estamos apuntando. Tendremos que generar un pequeño estudio de mercado, el que debería seguir los siguientes puntos:

- Ubicación.
- Cliente objetivo.

- Afluencia de público y medios con que se movilizan.
- Horarios de apertura.
- Tipos de negocio que lo rodean.
- Clima y estaciones.
- Conocer la oferta gastronómica de la competencia.
- Tomar en cuenta la infraestructura, espacios de almacenamiento, equipos y personal.

Cuando hayamos definido el tipo de servicio, el concepto y las preparaciones pasaremos a estructurar la carta. En este contexto tendremos que incluir los valores de cada uno de los platos y mantener un cierto orden y parámetros para poder facilitar su lectura. Debemos considerar los siguientes aspectos:

- Clasificar los platos por grupos.
- Si tiene alguna especialidad busquen la forma de destacarla para hacerlos más atractivo.
- Los platos complicados o no muy conocidos deben contar con alguna breve definición.

- Definir si el plato incluye acompañamiento, de ser así indicar en que consiste.
- Respetar ortografía y gramática.
- Presentar una carta limpia y sin errores.
- Una carta muy chica dará una impresión mediocre.
- Si su oferta contempla pocas preparaciones, utilizar un formato de letra más grande.
- Escoger un tipo de escritura legible y de preferencia manuscritas.
- Utilizar un solo tipo de letra.
- Calcular la cantidad de copias de la carta de acuerdo con los asientos disponibles.
- El material donde escriban la carta debe ser un material duradero; en el caso de usar papel eviten hojas muy delgadas y frágiles.
- Debe quedar claro el valor de cada plato, por lo que el lugar donde se indica el valor debe estar estratégicamente ubicado para evitar confusiones.
- Los precios en el margen de la carta pueden provocar alguna equivocación.
- Se aconseja contratar los servicios de un

diseñador que pueda apoyarlo en la parte técnica.

Cuando haya definido y redactado su carta, antes de enviarla a una imprenta tendrán que hacerse las siguientes preguntas:

- ¿Cómo reaccionan mis colaboradores y los clientes? Para esto se sugiere difundir la propuesta entre sus colaboradores y algunos clientes habituales para ver cómo reaccionan y si les llama la atención.
- ¿El formato de letras, color y tamaño de los textos son fáciles de leer?
- ¿Consigue que al cliente se le haga agua la boca? ¿Es sugestiva?
- ¿Cada plato está claramente descrito?
- ¿El papel escogido corresponde a las exigencias y al color?
- ¿La cocina y el servicio tienen las capacidades para ejecutar el trabajo solicitado?
- ¿Las salsas y los acompañamientos están claramente descritos?
- ¿Los valores están calculados correctamente?
- ¿No tiene faltas de ortografía y redacción?

CAPÍTULO V

MÉTODOS DE CONSERVACIÓN



MÉTODOS DE CONSERVACIÓN

A continuación, definiremos algunos de los métodos de conservación más usados en la industria gastronómica, algunos de ellos considerados ancestrales y otros más modernos. Es importante poder conocer las técnicas utilizadas para la conservación, para poder aplicarlas a los productos que queramos conservar de forma correcta.

MEDIANTE CALOR

Pasteurización: El proceso de pasteurización fue llamado así luego que Luis Pasteur descubriera que organismos contaminantes productores de la enfermedad en los vinos podían ser eliminados aplicando temperatura. Luego se ocupó en otros productos para lograr su conservación. Es común la pasteurización de la leche que consiste en la aplicación de diferentes temperaturas y tiempos para la destrucción de microorganismos patógenos. A partir de ese proceso se puede garantizar la calidad microbiológica y evitar su degradación. La pasteurización a baja temperatura y tiempo prolongado es a 63°C durante 30 minutos, mientras que la que se utiliza a alta temperatura y corto tiempo es de 72°C durante 15 segundos.

Esterilización: Se realiza la esterilización por el vapor de agua a presión. El modelo más usado es el de Chamberlain, esteriliza a 120°C a una atmósfera de presión, 127°C a 1 1/2 atmósferas de presión, o a 134°C a 2 atmósferas de presión, se deja el material durante 20 a 30 minutos. Este método se aplica en particular en la elaboración de conservas usando una autoclave o de forma artesanal dentro de una olla con agua en ebullición a 100°C aumentando el tiempo de cocción de 30 a 40 minutos.

Uperización (U.H.T.): La uperización consiste en una esterilización sometida a una corriente de vapor de agua recalentada, manteniendo la leche o líquidos en una corriente turbulenta, a una temperatura de 150°C menos de un segundo, consiguiéndose un período mayor de conservación que con la pasteurización.

MEDIANTE FRÍO

Refrigeración: Se mantiene el alimento a bajas temperaturas (entre 2 y 8°C) sin alcanzar la congelación, de tal forma de ralentizar el desarrollo de microorganismos.

Congelación: Se somete el alimento a tempe-

raturas inferiores al punto de congelación (a -18°C) durante un tiempo reducido (máximo 1 año, según el producto). Para evitar el crecimiento de microorganismos que no se reproducen a una temperatura inferior a los -10°C .

Ultracongelación: Se somete el alimento a una temperatura entre -35 y -150°C durante breve período de tiempo. Es el mejor procedimiento de aplicación de frío pues los cristales de hielo que se forman durante el proceso son de pequeño tamaño y no llegan a lesionar los tejidos del alimento. Este proceso está destinado solo para pasar un producto de su estado natural al estado congelado, luego se mantiene en un congelador (a -18°C).

DESHIDRATACIÓN

Secado: Es una pérdida de agua parcial en condiciones ambientales naturales o bien con una fuente de calor suave y corrientes de aire. La falta de humedad en el producto o la concentración de sus azúcares o sales evitan la proliferación de microorganismos.

Concentración: Consiste en una eliminación parcial de agua en alimentos líquidos. La falta de humedad en el producto o la concentración

de sus azúcares o sales evitan la proliferación de microorganismos.

Liofilización: Es la desecación de un producto previamente congelado mediante sublimación del hielo en un ambiente de baja presión, o vacío, consiguiendo una masa seca, más o menos esponjosa, más o menos estable, que se puede disolver a su vez en agua y que se puede almacenar durante más tiempo al no tener humedad remanente. Es un proceso que permite la máxima conservación de la calidad organoléptica de los alimentos, así como de sus valores nutritivos.



MEDIANTE ADITIVO

De formas naturales (vinagre, aceite, azúcar, sal, alcohol) o bien de origen industrial debidamente autorizados. Los aditivos alimentarios se diferencian de otros componentes de los alimentos, en que se añaden voluntariamente, no pretenden enriquecer el alimento en nutrientes y solamente se utilizan para mejorar alguno de los aspectos del alimento, como el tiempo de conservación, la mejora del sabor, del color, de la textura, etc.

Químicos: Los métodos de conservación químicos están basados en la adición de sustancias que actúan modificando químicamente el producto, por ejemplo, disminuyendo el pH.

Salazón: Consiste en la adición de cloruro sódico, sal común, que inhibe el crecimiento de los microorganismos, la degradación de los sistemas enzimáticos y, por tanto, la velocidad de las reacciones químicas. El alimento obtenido tiene modificaciones de color, sabor, aroma y consistencia.

Adición de azúcar: Cuando se realiza a elevadas concentraciones permite que los alimentos estén protegidos contra la proliferación

microbiana y aumenta sus posibilidades de conservación; este proceso se lleva a cabo en la elaboración de leche condensada, mermeladas, frutas confitadas y compotas.

Curado: Es un método de gran tradición en nuestro país que utiliza, además de la sal común, sales de cura, nitratos y nitritos potásico y sódico; dichas sustancias deben estar muy controladas por la legislación sanitaria para evitar sus efectos adversos, ya que a partir de ellas se forman nitrosaminas que son cancerígenas y pueden constituir un problema para la salud; sin embargo, el uso de estas sustancias es necesario porque impide el crecimiento del *Clostridium Botulinum*, un peligroso microorganismo, además de que sirve para estabilizar el color rojo de las carnes.

Ahumado: Es un procedimiento que utiliza el humo obtenido de la combustión de materias con bajo contenido en resinas o aromas de humo. El humo actúa como esterilizante y antioxidante y confiere un aroma y sabor peculiar al alimento tratado por este método muy del gusto del consumidor. Este procedimiento suele aplicarse tanto en carnes como en pescados. No debe abusarse del consumo de alimentos tratados por este método porque genera sustancias carcinógenas.

Acidificación: Es un método basado en la reducción del pH del alimento que impide el desarrollo de los microorganismos. Se lleva a cabo añadiendo al alimento sustancias ácidas como el vinagre. También se pueden usar algunas bacterias para acidificar un producto; las más utilizadas son los lactobacilos que sirven para elaborar yogurts, salames y otros tipos de embutidos.

MÉTODOS ANCESTRALES DE CONSERVACIÓN DE LA PATAGONIA VERDE

Estos métodos son aplicación de las técnicas anteriores a productos que encontramos en la Patagonia, en muchos casos los procedimientos son muy artesanales y se basan en la experiencia de las personas que los utilizan y en el conocimiento traspasado de generación en generación.

AHUMADO

Método de conservación más usado en la Patagonia Verde. Debido a la humedad de la zona, era la única forma de secar y conservar los productos. Según cada género se aplicaban distintas técnicas, en algunos casos se salaba el producto previamente o se mezclaba

con especias y luego se embutía; otros procesos consistían en cocinar y luego ahumar; por último, algunos productos solo se dejaban en el humo para que con el calor puedan secarse. El hecho de que la mayoría de las familias vivían en torno al fogón, permitía usar la parte alta del mismo para colgar los distintos productos, aprovechar el calor y el humo para conservar sus alimentos.

Productos:

Charqui ahumado: Carne de vacuno salada y luego ahumada en la parte alta del fogón donde se deshidrataba poco a poco con el calor del fuego.

Mariscos ahumados: Variedades de mariscos que se cocinan en un hoyo (curanto), luego se desgranar y se ensartan en juncos y se ahúman. Algunos mariscos bivalvos como las cholgas solían también cocerse en un gran perol o tambor al vapor del agua; luego eran extendidas en una especie de cama hecha con amarras de fibras vegetales y helechos para ser ahumadas y “orearse”; posteriormente se amarraban con juncos o junquillos para hacer las “sartas” de marisco, que finalmente se dejaban secar al humo suave en un ahumadero con techo por cinco o más días.



Frutas ahumadas: En muchos casos el clima no permitía desecar frutas con el calor del sol, por lo que se solía dejar las frutas desecarse en lo alto del fogón, las que además de deshidratarse se ahumaban. Según cuentan las personas, el humo no afectaba mayormente en el sabor de los productos.

Longanizas: Luego de embutir la carne de cerdo o mezclarla con vacuno, se suele ahumar las longanizas para desecarlas un poco y conservarlas más tiempo.

Quesos: En las “zarandas” de las casas o de los fogones era común dejar madurando y secando los quesos frescos elaborados en casa como una forma de preservarlos por más tiempo.

Pescado ahumado: Los pescados se abren en dos; mediante un palo se mantienen abiertos o se filetean, luego se salan para proceder a ahumarlos.

DESHIDRATADOS

Como lo vimos anteriormente, por la humedad y las condiciones climáticas no es un método muy utilizado, sólo se aplica a algunas frutas, legumbres y hongos.

Productos:

Orejones: Manzanas cortadas en rodajas con o sin pepas que se estiran sobre unas mallas ubicadas en un lugar cálido y ventilado. También se pueden realizar con otros tipos de frutas de carne firme, como ciruelas, membrillos, duraznos, peras, etc.

Legumbres: Porotos, habas, arvejas son algunas de las legumbres que se secaban para poder consumirlas a lo largo del año.

Morchelas: Hongo que debido a su toxicidad no puede ser consumido ni crudo ni cocido sin pasar por un proceso previo de deshidratación. Este producto existe hace mucho tiempo en la zona, sin embargo, las personas hace poco empezaron a consumirlo pues se desconocía el proceso que debía aplicarse para su consumo. Gran parte de su recolección está destinada al mercado internacional.



CURANTEADO

Método de cocción y conservación que consiste en cocinar un producto en piedras calientes. La palabra viene del mapudungun kurantu de la raíz kura o piedra y antu, sol, que se puede traducir como piedras calientes. Por lo general esta técnica se desarrolló más en la zona costera, en particular para cocinar mariscos y conservarlos cocidos.

Productos:

Mariscos cocidos: Luego de cocinar los mariscos en un curanto se desgranar y se venden cocidos o se preparan sartas las que se ahúman para que su conservación sea aún más prolongada.

Pan de luce: El luce que se recolecta en las playas se cocina en el curanto, para luego porcionarlo, facilitando su transporte y aumentando su vida útil.

ENTIERRO

La temperatura constante del suelo y la falta de oxígeno permitía la conservación de vegetales, en particular raíces y tubérculos, por un período largo de tiempo. Se hacía un hoyo poco profundo y ancho, se cubrían sus paredes con

tablas y paja seca, luego se agregaban los vegetales sin lavar por capas, se tapaba con tablas y tierra. Este procedimiento se realizaba a principio del otoño cuando las temperaturas empezaban a bajar y se podía conservar hasta final de la primavera; lo importante era hacer el hoyo en un lugar seco al que no llegue agua. Se conservaban mediante este método: papas, zanahorias, nabos, remolachas, coliflores.

Productos:

Papa Chuño: Últimas papas que restaban en el hoyo. Con el tiempo, por deshidratación se arrugaban y ablandaban, esta papa quedaba bien dulce. Se usa mucho para la elaboración de platos dulces. Dato interesante, la palabra chuño tiene su origen del quechua que significa arrugado.

REITIMIENTO

Tradicionalmente se realiza a fines de junio, en particular para la fiesta de San Juan, muy arraigada en la tradición chilota. El proceso consiste en matar a un chancho para luego “reitar”, derretir, sus partes grasas en un caldero, con el cual se obtendrá la manteca y los chicharrones. En este proceso se aprovecha de hacer la prieta con la sangre y longanizas, de esta forma poder conservar la carne para el resto



del invierno. Esta costumbre era un momento importante dentro del año donde las familias y vecinos aprovechaban de juntarse para ayudar en la faena y luego en forma de agradecimiento a cada uno se le entregaba el “yoco”, que consiste en una porción de chicharrones, sopaipillas, prieta y milcao. Esta tradición se realizaba mucho en las comunas costeras del territorio Patagonia Verde por su cercanía y descendencia chilota.

Productos:

Chicharrones: Trozos de carne de chancho cocinados en su propia grasa o manteca, con un poco de sal. Permitía conservar la carne por varios meses y se utilizaba para rellenar panes, milcaos y otras preparaciones. Su sabor y textura crujiente les dan un detalle muy particular y delicioso a las comidas locales. Los “conchos” que quedan en el caldero de hierro cuando se hacen los chicharrones, una mezcla de manteca y pequeños trocitos de carne casi molidos, son llamados “llides” en la cultura chilota, y muchas veces son usados para arrancar un sofrito para la elaboración de un guiso o estofado, o también para agregarlos en la masa cuando se hace pan.

Manteca: Grasa derretida de vacuno o cerdo que se utilizaba para cocinar. Por las dificultades de abastecimiento de la zona el aceite

vegetal era poco común, por lo cual se cocinaba mucho con manteca en particular para la fritura. En la zona cordillerana generalmente usaban manteca de vacuno y en la costa, manteca de cerdo. La manteca de vacuno recibe también el nombre de “grasa de empella”, y no solo se ocupaba para cocinar, sino que también para elaborar una especie de “farol” denominado “chonchón”, el cual se hacía ahuecando papas grandes, en donde se colocaba la manteca fundida con trapos a modo de mecha para ser encendida en la noche y proveer de iluminación en los cuartos de la casa habitación. Estos chonchones también eran hechos con recipientes metálicos.

SALAZÓN Y CURADO

En muchos casos se salaban los productos y luego se ahumaban o se dejaban fermentar, podemos considerar que la salazón es un paso de los diferentes métodos de conservación. Seguramente por la escasez de sal se tenía que mezclar este procedimiento con otros que permitían conservar los alimentos. Con relación al curado, no se identificó el uso de nitritos o nitratos en su elaboración, siempre consistía en ahumar el producto para ayudar a su conservación.

FERMENTADOS

La acidificación mediante fermentación permitía obtener preparaciones que duraban por un tiempo prolongado. Por lo general no se agregaban levaduras, a excepción del pan. Para lograr esta fermentación solo se dejaba de forma natural la transformación de la materia orgánica. Las preparaciones más recurrentes que se fermentaban era el jugo de manzana del cual se hacía la chicha y el repollo con el cual se preparaba chucrut.

Productos:

Chicha: Fermentado de frutas que en la zona austral se elabora en base a manzana; por lo general, de la variedad ñata, reineta, limona, las cuales deben procesarse bien maduras para mayor concentración de azúcar, aumentando su grado alcohólico y su tiempo de conservación. Según el tiempo y técnicas de conservación encontramos varios tipos de chicha: verde, dulce, cocida o fuerte, incluso en algunos casos se le incorpora pasas o granos de avena o trigo, para influir en su sabor.

Chucrut: Fermentación del repollo en toneles de madera. Actualmente se hace más recurrente el uso de tambores plásticos. Se pica el repollo el cual se mezcla con sal y se deja dentro de un tambor tapado para que de forma natural el repollo inicie la fermentación.

Vinagre de manzana: Resultado de la acidificación de la chicha de manzana, era un elemento esencial en las cocinas en particular para aliñar vegetales crudos; por alguna razón fue poco a poco remplazado por el limón.

ACIDIFICACIÓN

Por lo general las técnicas para acidificar alimentos más utilizadas consistían en conservar el producto como la cebolla, zanahoria y pepinillo en vinagre de manzana con algún tipo de especias. Por otra parte, la producción de queso permitía conservar la leche por un tiempo prolongado.

Productos:

Pickles: Elaborado en base a distintos vegetales como zanahoria, coliflor, pepinillo, cebolla, ají u otro. Los pickles consisten en conservar los alimentos en vinagre con algunas especias y sal.

Queso: El cuajo que se elaboraba en base a la “manzanilla” sacada del intestino del vacuno, se utiliza para cuajar la leche, que luego se sala y se prensa en moldes para extraer el exceso de agua; paso seguido se deja secar por varios días.



ADICIÓN DE AZÚCAR

El azúcar era muy cotizado en la época y difícil de obtener ya que no se producía de forma local y por los problemas de abastecimiento no siempre se podía contar con este producto. Sin embargo, las personas aprovechaban cuando tenían la oportunidad de comprar azúcar en cantidades y apenas lograban recolectar suficientes frutas preparaban mermeladas y jarabes.

Productos:

Manjar: Consiste en cocinar la leche con azúcar hasta lograr un color caramelo y una consistencia semi líquida, en algunos casos se espesa con almidón.

Mermelada y dulces: Cocción de frutas o bayas con azúcar. En la zona los dulces más comunes son de murtas, membrillo, rosa mosqueta, mora, manzana, ciruela, grosella.

Jarabe: Al igual que los dulces y mermelada se prepara jarabes en base a mora, frambuesa, calafate, ciruelas, entre otros.

CONSERVAS

En salmuera, vinagre o almíbar de azúcar, se elaboran estas conservas que permitían contar con productos de temporada a lo largo del año. Generalmente se preparan en frascos de

vidrio que luego se hierven en un perol con agua por 30 a 40 minutos. Los productos que se guardaban en conserva dependían mucho de la producción de la huerta o la recolección.



CAPÍTULO VI

INFRAESTRUCTURA



INFRAESTRUCTURA

En este capítulo sugerimos mobiliarios y material menor que refuercen la identidad local. Todos los espacios dispuestos para atender al público deben simular el entorno haciendo uso de distintos materiales que concuerdan con la ubicación del negocio. Además, los utensilios que utilizamos para servir o que el comensal utiliza para comer también deben reflejar lo que se vive en este espacio. Es importante recordar que el visitante busca esta experiencia de la Patagonia Verde, y la ambientación es parte de este proceso. En este contexto se debe observar el entorno y reflejar lo que se puede ver y sentir.

A continuación, se definen algunos de los materiales que son emblemáticos en el territorio:

MADERA

La madera tan presente en la zona se debe ver reflejada tanto en las construcciones de las terminaciones de los locales, como en los materiales que usaremos para servir comida. En este contexto es importante poder relacionarlo con las maderas endémicas locales y sobre todo evitar el uso de maderas de otros orígenes, por ejemplo, el pino o las fuentes hechas de madera de bambú.

En este contexto se sugiere forrar o enyesar y

pintar todas las partes estructurales hechas en base a OSB o contrachapado estructural. Para forrar se sugiere utilizar láminas de madera nativa como tejuelas u otro tipo de forro que tenga relación con el entorno. Importante recordar que al utilizar maderas nativas deben cuidar la utilización de materiales que vengan de áreas de manejo autorizadas por CONAF o que hayan sido recicladas.

Tipo: Alerce, mañío, lenga, ciprés, coihue, laurel, ulmo, y otras maderas nativas.



Madera

Uso: Mesas, sillas, bancas, platos, fuentes, pocillos, bandejas, tablas de cortar, pinzas, forros interiores, lámparas, bar, utensilios de cocina, etc.

Reciclado:

Cuando se usan materiales fabricados en base a maderas nativas generalmente son muy duraderos y muchas veces pueden no ser útiles para su propósito inicial, pero se pueden reutilizar para otro fin. Ejemplo de esto, podemos reciclar marcos o ventanas antiguas que generalmente en la zona sur se hacían de alerce o mañío para hacer muebles para una



Bandeja de Madera



Pocillo de Madera

barra, marcos de una pizarra para escribir el menú, etc. Las tejuelas de alerce que tanto se usaban para forrar casas o graneros pueden reciclarse como bandejas para montar bocados o platos de pan. Raíces o troncos se pueden ahuecar para utilizar como fuentes para ensaladas o tazones. Estos son algunos ejemplos que podríamos hacer con madera reciclada.



Canasto de Manila

Recuerde antes de botar o cuando encuentre algún trozo de madera que le llame la atención, antes de desecharlo, siempre, piense en algún uso distinto para el cual le podría servir.

Observaciones:

La madera cuando tiene contacto con los líquidos debe ser tratada para evitar que se moje y no quede manchada, sin embargo, si se utiliza para contener algún producto comestible deberá utilizar productos que no sean tóxicos. La cera de abeja es el mejor protector natural que podemos utilizar. Otros productos como

aceite de linaza y aceite de nuez también pueden servir. Respecto a las tablas de cortar, cuando usamos tablas hechas de madera debemos cuidar que la limpieza se realice en seco, para lo cual solo debemos raspar la superficie de la madera para eliminar las impurezas. Al mojar las tablas fomentamos cultivos de bacterias y si utilizamos productos químicos como el cloro u otro, estos productos quedarán impregnados en la madera y contaminarán la comida. Según el Reglamento Sanitario de los Alimentos se exige el uso de material lavable para realizar cualquier proceso de elaboración de alimentos, por lo cual las tablas hechas de madera y las paletas no están permitidas para cocinar.

TEXTURAS NATURALES

Varios son los materiales locales que podemos utilizar para decorar o montar comida; como ejemplo podemos mencionar, los trenzados de manila, fibra natural con la cual podemos hacer paneras, posas, vasos, servilleteros u otros. En este sentido encontraremos muchos materiales que cumplan con estos fines.

Tipo: Manila, conchas de mariscos, arpillera, quila, flores, hojas, cueros.

Uso: Panera, posa vasos, individuales, pocillos, forros, **ovejo pintados con flores y hojas, sillas.**

Observaciones: Es importante tomar en cuenta al utilizar estos materiales que deben ser fáciles de lavar o contar con alguna capa protectora que permita su aseo.

PIEDRA

Generalmente usada para forrar espacios interiores o exteriores, podemos hacer uso de este material para hacer platos o fuentes para servir comidas; el mortero es un ejemplo que podríamos usar para montar algún tipo de pebre en las mesas. Podríamos también cortar piedras volcánicas en rodajas para usar como platos de pan, entre otros.

Tipo: Piedra volcánica, granito, piedra pizarra.

Uso: Platos, pocillos, morteros, forros para paredes, bandejas para montar bocados, pizarras para escribir el menú.



Mortero de Piedra

LOZA

La loza debe tener coherencia con el lugar, en este contexto pensaríamos en loza con un estilo antiguo decorada con flores, o platos pintados, recordando los juegos de loza de las abuelas. Por otro lado, podemos incorporar loza con un estilo artesanal o hechas a mano. Es mejor proponer varios estilos de loza que tener una sola línea. Es relevante poder diversificar sus juegos de loza y así montar en distintos platos cada una de las comidas. El hecho de tener varios juegos no implica que tengamos que montar la misma preparación en cuatro platos distintos, pero podemos tener un estilo de platos para sopa otro para las carnes y otro para los pescados. También se pueden alternar las distintas colecciones, dando ciertos matices al montaje de las mesas. Recuerde que el tamaño de los platos es muy importante para poder destacar su comida, para lo cual no tenga miedo en montar en platos grandes, sobre todo si la porción de comida es abundante.

Uso: Platos, tazas, tazones, pocillos, teteras, lecheros, fuentes, ollas.

Observaciones: Eviten en lo posible la loza blanca tipo arcopal ya que no tiene ninguna identidad, los únicos puntos a favor serían su durabilidad y precio.



Pocillo de Loza

GREDA

La greda no corresponde a la zona Austral, sin embargo, debemos reconocer que se utiliza mucho y le da un toque rústico a su mesa en particular cuando tengamos que servir un chupe o usar como fuente para ensaladas.

Uso: Platos, pocillos, fuentes, ollas, vasos, tazas y tazones.



Olla de Greda



Greda

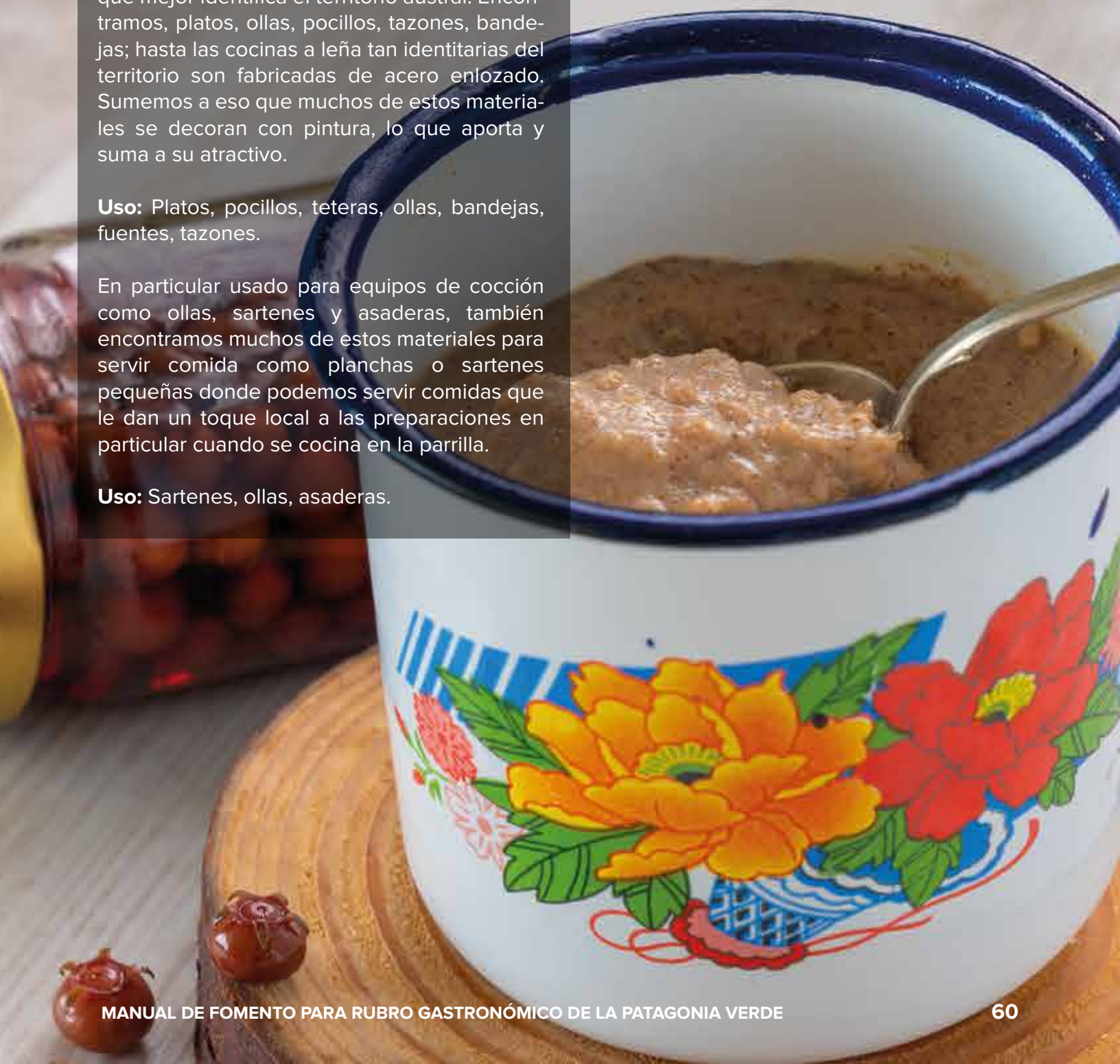
ENLOZADO

Por su durabilidad este material es uno de los que mejor identifica el territorio austral. Encontramos, platos, ollas, pocillos, tazones, bandejas; hasta las cocinas a leña tan identitarias del territorio son fabricadas de acero enlozado. Sumemos a eso que muchos de estos materiales se decoran con pintura, lo que aporta y suma a su atractivo.

Uso: Platos, pocillos, teteras, ollas, bandejas, fuentes, tazones.

En particular usado para equipos de cocción como ollas, sartenes y asaderas, también encontramos muchos de estos materiales para servir comida como planchas o sartenes pequeñas donde podemos servir comidas que le dan un toque local a las preparaciones en particular cuando se cocina en la parrilla.

Uso: Sartenes, ollas, asaderas.



CAPÍTULO VII

FUENTES DE FINANCIAMIENTO



FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para poder iniciar o fortalecer su emprendimiento el estado cuenta con distintas líneas de financiamiento y apoyo a las mipymes al cual podrán postular.

CORPORACIÓN DE FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN (CORFO)

Fomenta la inversión, la innovación y el emprendimiento, fortaleciendo, además, el capital humano y el desarrollo tecnológico para mejorar la productividad del país y alcanzar posiciones de liderazgo mundial en materia de competitividad.

ÁREAS DE TRABAJO:

EMPRENDIMIENTO:

Apoyo a emprendedores que tienen ideas nuevas y que necesitan financiamiento para ponerlas en marcha, además de la creación de un ecosistema para el emprendimiento, brindando asesoría, generando contactos y fomentando la competencia.

www.elviajedelemprendedor.cl

INNOVACIÓN:

Se entregan herramientas y promueve la colaboración entre actores que permitan mejorar, sofisticar, diversificar y digitalizar la matriz productiva de manera sostenible e inclusiva, buscando convertir a Chile en un país impulsado por la innovación.

INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO:

Ayuda a sacar adelante empresas facilitándoles el acceso a financiamiento, mediante el respaldo frente a instituciones que brindan apoyo económico, con el fin de que se identifiquen fácilmente las empresas como sujetos de crédito.

REDES Y TERRITORIO:

Contribuye al aumento de la competitividad de las empresas constituidas en Chile, financiando y/o cofinanciando proyectos que incorporen mejoras en su gestión, productividad, sustentabilidad y/o innovación.

Se busca que las empresas implementen una estrategia asociativa de negocios y/o desarrollen redes productivas, para así disminuir sus brechas de competitividad, productividad y base tecnológica, mejorando el desempeño en sus mercados y/o acceso a nuevos mercados, locales o internacionales.

VISITA EL CANAL ONLINE PARA PYMES:

<https://pymesenlinea.cl/>

Para más información visitar la web
www.corfo.cl

COOPERACIÓN TÉCNICA (SERCOTEC)

Brinda apoyo a los emprendedores y empresas de menor tamaño a través de asesoría, capacitación y aportes económicos para que logren resultados sostenibles, con el propósito de contribuir con la reactivación económica del país.

Para que las empresas pequeñas puedan mejorar su gestión y ser más productivas, ponen a su disposición instrumentos y servicios orientados a satisfacer algunas de sus principales necesidades:

- Para fortalecer su actividad: el fondo de desarrollo de negocios Crece, y servicios de apoyo a la Promoción y Canales de Comercialización.
- Para enfrentar y solucionar los desafíos de su actividad: la asesoría y el acompañamiento del fondo de asesorías empresariales Mejora Negocios; un servicio gratuito de Asesoría Legal Virtual y muy especialmente, los Centros de Negocios Sercotec que operan en todas las regiones del país.
- Para aprender y fortalecer capacidades:

Formación Empresarial y el Portal de Capacitación, con cursos en línea gratuitos.

- Para aquellas empresas, emprendedores y organizaciones que enfrentan retos de manera colectiva: el fondo para negocios asociativos Juntos; el servicio de Redes de Oportunidades de Negocios; apoyo para el fortalecimiento de gremios representantes de micro y pequeñas empresas, tanto de nivel regional como nacional; apoyo a la Modernización de Ferias Libres y el Programa de Fortalecimiento de Barrios Comerciales.

Para más información sobre programas de apoyo, asesoría o capacitación visita www.sercotec.cl

INSTITUTO DE DESARROLLO AGROPECUARIO (INDAP)

Contribuye al desarrollo económico sostenible y a la valorización de la Agricultura Familiar Campesina y sus organizaciones, mediante una acción de fomento tendiente a fortalecer el capital humano, social, productivo, natural y

cultural, de hombres, mujeres, jóvenes y pueblos originarios en los territorios.

Para esto ha dispuesto un programa de turismo rural que está destinado a apoyar a los pequeños agricultores y sus familias que ofrezcan servicios de turismo rural, como complemento de su trabajo silvoagropecuario, ya sea en el campo y/o en lugares conexos. Mediante este trabajo, los turistas tienen la posibilidad de compartir y vivir la cultura y las tradiciones campesinas.

Para más información visitar la web
www.indap.gov.cl

FONDO DE SOLIDARIDAD DE INVERSIÓN SOCIAL (FOSIS)

Contribuye a la superación de la pobreza y la vulnerabilidad social de personas, familias y comunidades. Para esto ha puesto a disposición varias líneas de financiamientos enfocado en el emprendimiento, como yo emprendo semillas, yo emprendo y acceso al micro crédito.

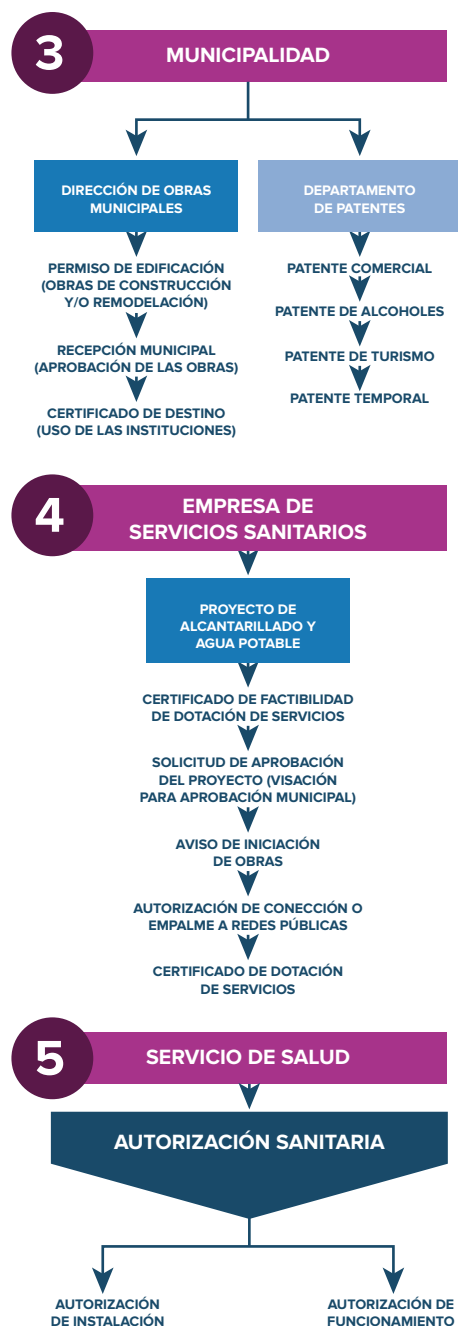
Para más información visitar la web
www.fosis.gob.cl

MAPA LEGAL PARA INICIAR UN NEGOCIO GASTRONÓMICO



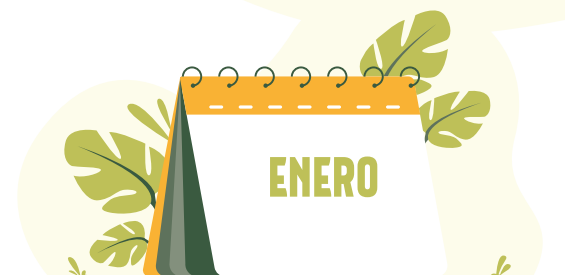
WEB DE INTERÉS

www.corfo.cl
www.sernatur.cl
www.patagoniaverde.org
www.fedetur.cl
www.dalcas.cl
www.sii.cl



CALENDARIO PRODUCTIVO





MAQUI
CHIVOS/CABRAS
GALLINAS
PATOS
PAVOS
CIRUELAS
FRUTILLAS
CHOCLOS/MAÍZ
ALCACHOFAS
ARVEJAS
BETERRAGA
CIBOULETTE
CILANTRO
ESPINACA
HABAS

LECHUGA
MOSTAZA
OVEJAS
PEPINOS
PEREJIL
POROTOS
REPOLLO
RÚCULA
TOMATE
ZANAHORIA
MIEL MULTIFLORAL

ARÁNDANOS
MAQUI
MURRA
CHIVOS/CABRAS
GALLINAS
PATOS
PAVOS
AVENA
TRIGO
ARVEJAS
CEBOLLAS
CIBOULETTE
CILANTRO

COLIFLOR
LECHUGA
NABOS
OVEJAS
PEREJIL
RÚCULA
ZAPALLO
MIEL MULTIFLORAL



ARÁNDANOS
MURTA
SAUCO
CHIVOS/CABRAS
GALLINAS
PATOS
PAVOS
VACUNO
CIRUELAS
DURAZNOS
MANZANA
AVENA
QUINUA
TRIGO
AJO
ALCACHOFAS
BRUSELAS

CEBOLLAS
CHALOTAS
CIBOULETTE
CILANTRO
HABAS
LECHUGA
OVEJAS
PAPAS
PEREJIL
POROTOS
RÚCULA
MIEL MULTIFLORAL

CAUCHAO
MURRA
MURTA
SAUCO
CHIVOS/CABRAS
CORDEROS
GALLINAS
PATOS
PAVOS
FRUTILLAS
MANZANA
PERAS
AJO
BETERRAGA
CHALOTAS
CIBOULETTE
CILANTRO
COLIFLOR

ESPINACA
LECHUGA
ROSA MOSQUETA
MOSTAZA
NABOS
OVEJAS
PEPINOS
PEREJIL
REPOLLO
RÚCULA
TOPINAMBUR
TOMATE
ZANAHORIA



GALLINAS
PATOS
PAVOS
MEMBRILLOS
CHOCLOS/MAÍZ
ACELGA
AJÍ
BRUSELAS
CIBOULETTE
CILANTRO
CILANTRO

LECHUGA
ROSA MOSQUETA
OVEJAS
PAPAS
PEREJIL
RÚCULA
ZAPALLO



CERDOS
CHIVOS/CABRAS
GALLINAS
PATOS
PAVOS
CIBOULETTE
CILANTRO
LECHUGA

OVEJAS
PEREJIL
RÚCULA

CERDOS
CHIVOS/CABRAS
GALLINAS
PATOS
PAVOS
CIBOULETTE
CILANTRO

LECHUGA
OVEJAS
PEREJIL
RÚCULA



JABALÍ
CERDOS
CHIVOS/CABRAS
GALLINAS
PATOS
PAVOS
CIBOULETTE

CILANTRO
OVEJAS
PEREJIL
RÚCULA



JABALÍ
CERDOS
CHIVOS/CABRAS
GALLINAS
PATOS
PAVOS
POLLOS
VACUNO

LECHUGA
OVEJAS
PEREJIL
RÚCULA

CHIVOS/CABRAS
CORDEROS
GALLINAS
PATOS
PAVOS
POLLOS
MORCHELA
CIBOULETTE
CILANTRO

LECHUGA
OVEJAS
PEREJIL
RABANITO
RÚCULA



CHIVOS/CABRAS
GALLINAS
PATOS
PAVOS
POLLOS
MORCHELA
ACELGA
CIBOULETTE
CILANTRO

ESPINACA
LECHUGA
OVEJAS
PEREJIL
RABANITO
RÚCULA

PHISALIS
CHIVOS/CABRAS
GALLINAS
PATOS
PAVOS
POLLOS
ARVEJAS
CIBOULETTE
CILANTRO
LECHUGA

MOSTAZA
OVEJAS
PEREJIL
RÚCULA
RUIBARBO
MIEL DE TIACA
MIEL DE ULMO
MIEL MULTIFLORAL





PATAGONIA  ERDE

Proyecto apoyado por
CORFO 



SERNATUR
Región de Los Lagos







balcas

*Recogiendo la Gastronomía de la
Patagonia Verde a las Mesas*

