

“En el mundo de la cocina saludable hay mucho marketing”



Rodrigo Domínguez (@rodpoti) | Madrid | 23 de febrero de 2016

Cuando se habla de cocina saludable, el ruido aumenta. Ya sabemos que está de moda, que se ha convertido en una tendencia que ha venido para quedarse. Pero nos cuesta definir exactamente qué es. En general, desconocemos si nos referimos a las ensaladas, los alimentos sin conservantes, el consumo local u otros conceptos que pueden asociarse a la Healthy Food (que es como se denomina en inglés a esta tendencia). Lo que está claro es que los hosteleros habéis detectado que en 2015 **ha aumentado** el interés de los clientes por este concepto.

<https://barradeideas.com/cocina-saludable-vanessa-losada/>

¿Qué demonios es la cocina saludable? ¿Es lo mismo que la biococina? ¿Tiene algo que ver con el movimiento slow? ¿Se está **aplicando** bien en los restaurantes?

Llevarnos estos conceptos al huerto es lo que hemos intentando con **Vanessa Losada**, ecofood & eating designer. Especialista en nutrición naturista, fitoterapeuta, naturópata, licenciada en bellas artes y especializada en fotografía. Losada ha asesorado a diferentes hosteleros para implementar lo saludable en sus negocios. Además, imparte cursos sobre biococina para profesionales de hostelería y público en general.

Vamos a empezar por los cimientos. ¿Qué es la biococina?

La biococina es cocina saludable, pero tiene otras muchas implicaciones. Hoy, la cocina saludable es difícil de limitar, hay mucha cacofonía. Lo que sí sabemos es que la biococina tiene que ver con el tipo de consumo que se hace. Está asociada a una forma de vida saludable: qué como, cómo lo como, por qué lo como, de dónde viene lo que como y una serie de preguntas más.

Además, la biococina tiene que ver con el origen de productos ecológicos, de temporada, con la masticación. No puede usar aditivos ni pesticidas. Es importante acercarse al productor. También que el cocinado sea lo más saludable posible. En resumen, no es sólo lo relacionado con el alimento, sino con toda la cadena.

¿El hostelero está concienciado sobre la tendencia de la cocina saludable?

Queda mucho por hacer. Existe una tendencia sobre todo en nuevos hosteleros. Son generaciones con una conciencia diferente. En lugar de hacer un local de cocina tradicional, están innovando y acercándose a la cocina saludable.

“Nadie termina de mojarse del todo por la biococina”

Por un lado falta conciencia por parte del hostelero. No todo debe ser el beneficio final. No vale todo. Generalmente, lo que compra un hostelero es lo más económico para él, y eso no es muy saludable.

Pero también falta mucha conciencia por parte del consumidor para entender que si vas a un local con un producto de calidad, cercano y elaborado de manera saludable, los precios deben ser mayores.

La cocina saludable está de moda, pero no todo ha sido un camino de rosas...

Cuando he trabajado como consultora he visto a restaurantes vegetarianos o ecológicos que querían introducir nuevos productos. Muchos negocios no funcionaban bien porque el resultado no era muy bueno. Los profesionales de cocina tienen un nivel muy alto cuando salen de las escuelas de hostelería, pero ocurre que no todos saben utilizar bien los productos saludables y por eso a veces no triunfaban. Falta formación en cocina saludable.

¿También falta formación?

Falta formación en cocina, pero también de un jefe de sala que pueda explicar al comensal lo que normalmente se ve. Lo vemos muchas veces, pero no vale con aprenderse de memoria por qué un plato es saludable y repetirlo como un papagayo. Se trata de interiorizarlo y que haya una integración de los conceptos.

Por parte de los propietarios también hace falta formación para que puedan transmitirlo a sus equipos. Deben saber qué proveedores existen, cómo hacer un escándalo con productos saludables y otras muchas cuestiones.

Una de las temáticas de tus cursos son los equipos y utensilios de cocina saludable...

La biococina tiene mucho que ver con cómo haces lo que comes. Por ejemplo, en biococina no se utiliza ni microondas ni vitrocerámica porque modifica la estructura molecular y organoléptica de los alimentos. Pero en el mercado encontramos buenas alternativas: utensilios que no emiten tóxicos y no alteran el alimento. Existen sartenes con acero quirúrgico de titanio y carbono. Entre las últimas novedades, hay sartenes cubiertas de acera de abeja que no modifican la estructura molecular de los alimentos.

¿El concepto *slow* es una tendencia real o es más una cuestión de marketing?

Dentro del mundo de la cocina saludable hay mucho marketing, lo va a haber siempre. El concepto *slow* nace en Italia e intenta agrupar a productores locales que trabajan de una manera diferente a las grandes empresas. Pero cuando yo hablo de *slow*, no lo vinculo tanto a ese movimiento. Me refiero más a la atención, recreación, consciencia,

<https://barradeideas.com/cocina-saludable-vanessa-losada/>

detalle, a una manera de hacer y de comer que puede estar vinculado a ese movimiento o no.

Es importante no olvidarse de los procesos, del aprendizaje. En el mundo hostelero hay un material plástico espectacular, está muy vinculado al arte, a todos los gustos. *Slow* es bajar el ritmo. En resumen, fijarnos en lo que estamos haciendo.

¿Qué restaurantes consideras como una referencia?

En Madrid hay restaurantes vegetarianos y ecológicos. Hay un intento por mejorar en este sentido, pero si somos rigurosos, pocos practican realmente la biococina. Aun así, tengo pendiente ir al *Invernadero* de Rodrigo de la Calle.

En Barcelona llevan más tiempo trabajando este ámbito. El restaurante *Flax and cale* me parece que tiene un concepto muy original: ellos lo han llamado *flexiteriano*. Me gusta especialmente por el diseño y por la carta, pero fallan a nivel de producto y un poco también en la elaboración de los platos. Creo que en España nadie termina de mojarse del todo por la biococina.

“Falta formación en cocina, de los jefes de sala y de los propietarios”

Uno de los referentes internacionales es **Matthew Kenney** en USA. Lo está haciendo muy bien en M.A.K.E, es uno de los ejemplos a seguir. Es un chef importante que está trabajando muy bien el concepto y el diseño.

En Europa también hay ejemplos magníficos. En una azotea de Copenhague se encuentra el restaurante **Gro**. Su concepto es mucho menos marketiniano que el de otros restaurantes. Los daneses tienen una visión más extensa de lo que es el consumo ecológico. Este restaurante cuenta con certificación participativa: un agricultor le explica a la comunidad su forma de cultivar. La comunidad le encarga la cosecha y lo que quieren consumir. La implicación social es muy alta.