

Pan y Chanco: Emprender de la mano de la cocina Chilena

En tiempos donde las tendencias gastronómicas cruzan el mundo en cuestión de semanas y los conceptos viajan más rápido que las temporadas agrícolas, decidir emprender desde la cocina chilena puede parecer un acto romántico. O incluso temerario.

Pero para algunos de nosotros, es simplemente coherencia.

Mi camino en la cocina ha transitado

por distintos escenarios: restaurantes de alta cocina, proyectos independientes, asesorías gastronómicas y también la academia. He trabajado en cocinas exigentes, en espacios donde la técnica y la creatividad dialogan constantemente, y en instancias formativas donde la reflexión sobre identidad y patrimonio se vuelve central. Ese recorrido me permitió comprender algo esencial: la identidad culina-

ria no se improvisa, se construye con tiempo, territorio y convicción.

Parte importante de mi trabajo profesional ha estado dedicado precisamente a investigar, documentar y poner en valor el patrimonio alimentario chileno. Recientemente finalicé el libro "Patrimonio culinario del campamento Sewell", una investigación que rescata memoria, cocina y cultura en uno de los enclaves más emblemáticos de nuestra historia minera. Que este proyecto cuente con el prólogo del chef Luis Andoni Aduriz, de Mugaritz, no solo es un honor personal, sino también una señal de que nuestra cocina y nuestras historias tienen relevancia más allá de nuestras fronteras.

Después de años explorando distintos lenguajes gastronómicos, mi proyecto más reciente representa una síntesis natural de ese camino. En Pan y Chanco decidí volver a cocinar exclusivamente formatos tradicionales chilenos. Sin disfraces. Sin reinterpretaciones forzadas. Sin ansiedad por parecer otra cosa.

Volver al caucho, al arrollado de huaso, al perrito, a la tortilla con chicharrones, al pan crujiente recién horneado

soda como espacio democrático, transversal y profundamente chileno.

Esta decisión no es una negación de la modernidad ni un rechazo a la técnica. Es el resultado de haber transitado por distintos mundos y elegir conscientemente el propio. Trabajar con productores locales, privilegiar manufactura artesanal y respetar los tiempos del oficio es también una postura frente a un mercado saturado de conceptos importados y fórmulas replicadas.

Hoy abundan las cartas que hablan en otros idiomas, técnicas que responden a otras geografías y estéticas que podrían estar en cualquier ciudad del mundo. Frente a eso, cocinar cocina chilena tradicional se vuelve un acto identitario. Y también político.

Emprender desde ahí no es fácil. Posicionar una marca nueva en un mercado competitivo exige más que buena cocina: requiere consistencia, relato, gestión y una enorme resistencia emocional. Hay momentos de incertidumbre, decisiones complejas y la presión constante de demostrar que lo propio tiene valor comercial.

La cocina chilena carga todavía con



Por Jaime Jiménez de Mendoza
 Presidente ASEGM O'Higgins

Muchas veces se la ha reducido a lo casero o a lo poco sofisticado. Sin embargo, detrás de cada preparación tradicional hay técnica, conocimiento transmitido, adaptación al territorio y comprensión profunda de la estacionalidad.

REIVINDICARLA
 IMPLICAR
 PROFESIONALIZARLA.

El proceso es duro, pero la convicción sostiene. Cuando los valores son claros —respeto por el producto, vínculo con el productor, coherencia conceptual y defensa del patrimonio— el camino, aunque lento, se vuelve firme. La consecuencia diaria termina construyendo identidad de marca.

Creo profunda-

gastronomía no debería significar perseguir tendencias, sino consolidar sentido. No se trata de cerrar puertas al mundo, sino de abrir ventanas desde lo propio. Chile posee una despensa extraordinaria y una tradición culinaria que aún tiene mucho por decir. Volver a cocinar formatos tradicionales no es retroceder. Es profundizar.

Y en un escenario globalizado, donde todo parece homogenizarse, apostar por la cocina chilena puede transformarse en el gesto más contemporáneo de todos.

Porque cuando hay convicción, territorio y consecuencia, emprender desde lo nuestro no solo es posible: es necesario.

**SE VENDE CABAÑA
 EN PICHILEMU**

3 DORMITORIOS, ENTRADA DE
 VEHICULO.

VALOR \$40.000.000

FONO 985741196

SANTORAL: ÁLVARO

ÍNDICES ECONÓMICOS

■ U.F.: \$39.739,61 ■ U.T.M. Febrero: 69.611,00

■ V.I.P.C. Enero 2026: 0,4 %

DIARIO VI REGION
 Sexta Región

FUNDADO EL 1° DE MAYO DE 1952
 por don Ramón Morales Moraga
 DIRECTOR - EDITOR RESPONSABLE
 Carlos Silva Hernández

PROPIETARIO
 Sociedad Periodística Portales Ltda.

REPRESENTANTE LEGAL
 Marcela Toledo Cornejo