

PASHA'S

LA NATURALEZA DE COMER SANAMENTE

Con eso de que la obesidad se ha convertido en un serio problema de salud pública en Estados Unidos por el alto consumo de alimentos de contenido elevados en grasas y de mala calidad y gracias a la proliferación de comida chatarra, hay compañías que preocupadas por este fenómeno han optado por comercializar alimentos saludables.

No se trata precisamente de rigurosas dietas, las que conformadas a veces por platillos raros e incombibles, lo único que generan es un deseo incontrollable por volver a los viejos hábitos de las deliciosas hamburguesas, empanadas, pizzas, tacos o llámese cualquier alimento que puede ser catalogado como antojo.

Pasha's es un claro ejemplo. Con una base gastronómica originaria del este del mar Mediterráneo que comprende entre otros países, Grecia, Chipre, Líbano,

explica que la idea surgió, luego de un estudio realizado en la década de 1960, en el que se descubrió que los habitantes de la isla de Creta, Grecia eran los más longevos del mundo. Y la razón principal se sostenía en su alimentación.

¿De qué tipo? Pues no se trataba de alimentos extraños. No. Sino de frijoles, arroz, frutas secas y otras semillas; aceite de olivo y otros vegetales. Yogurt, quesos, pescado, frutas frescas enteras, en postre o jugo. Carnes rojas a la parrilla unas cuantas veces al mes y un consumo moderado de vino. Eso sí, totalmente naturales, preparados al momento, sin aditivos, grasas saturadas y preservativos, tal y como sirve Pasha's.

primer establecimiento en el 2003, en el 900 de Lincoln Road en Miami Beach y el cual hoy emplea a un promedio de 120 personas (la mitad hispanas) en ya seis

Pasha's es el resultado de un proyecto iniciado en la Harvard Business School en la década de 1990. En el 2003 se creó el primer establecimiento en Miami Beach; hoy ya hay seis locales con 120 personas trabajando, la mitad de ellos son hispanos.

localidades, distribuidas mayormente en el área metropolitana de Miami y que en futuro se extenderá con dos unidades más.

La otra razón, Pasha's persigue la filosofía popular en la que cualquier persona puede acceder a un producto o servicio: es bueno, bonito y barato. En otras palabras, este restaurante galardonado y reconocido por organizaciones y publicaciones especializadas en el ramo, como Zagat es accesible económicamente para cualquier persona. Tanto en el servicio de breakfast, lunch o dinner, los precios oscilan entre 3 y 15 dólares, llámese una bebida, aperitivo, plato principal, o postre.

Por ejemplo un Kebab Shish de Pollo, servido con arroz basmati, una pieza de pita, yogurt (tatziky), salsas y otros ingredientes cuesta \$9.95; o un kebab, de filet mignon, con similares acompañantes, \$11.95. Un omelet de queso, \$3.25; de vegetales, \$4.25 o un desayuno americano, \$4.95.

Sin embargo, más allá del precio, Cortés destaca las experiencias que han tenido sus clientes, quienes indican que Pasha's, sigue el camino correcto: ha sido recomendado por algunos instructores de educación física y algunos clientes confiesan haber disminuido drásticamente de peso, a lo que el colombiano Cortés define como parte de la inspiración de Pasha's, pues sienten que le hacen un "bien a la comunidad", y en verdad que lo es, porque desde el primer bocado se sienten lo saludable y el buen sabor de sus alimentos. ■

Por Miguel Orozco Placencia



Nicolás Cortés, copropietario de esta marca, explica que la idea surgió, luego de un estudio realizado en la década de 1960, en el que se descubrió que los habitantes de la isla de Creta, Grecia eran los más longevos del mundo. Y la razón principal se sostenía en su alimentación.

Turquía, Israel y el Norte de África, es una muy viable opción para degustar un buen platillo.

O mejor dicho, para comer como un Pasha, o, similar a éste, para comer como rey. Y la razón no es fortuita. Nicolás Cortés, copropietario de esta marca,

Pero el éxito de esta naciente cadena, definida por Cortés como "un concepto americano inspirado por el Mediterráneo" se basa en otras razones no menos importantes. Es el resultado de un proyecto iniciado en la Harvard Business School en la década de 1990 y que puso en marcha su