**REVALORIZACIÓN DE LA CÁSCARA DE PAPA CAPIRA EN LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS GASTRONÓMICOS**

***Revaluation of Capira potato peelings in the production of gastronomic products.***

Andrea Arias Giraldo1, Brigitte Ayala Gómez2, Sofia Marín Agudelo3, Andrea Carolina Marín Vargas4

1. Estudiante de Gastronomía, Universidad Católica Luis Amigó, Grupo GORAS, Semillero de Investigación en Innovación Gastronómica y de Alimentos (SIIGA), https://orcid.org/0009-0002-6717-9343, Medellín, Colombia, [Andrea.ariasgi@amigo.edu.co](mailto:Andrea.ariasgi@amigo.edu.co).
2. Estudiante de Gastronomía, Universidad Católica Luis Amigó, Grupo GORAS, Semillero de Investigación en Innovación Gastronómica y de Alimentos (SIIGA), https://orcid.org/0009-0004-2434-442X, Medellín, Colombia, [Brigitte.ayalago@amigo.edu.co](mailto:Brigitte.ayalago@amigo.edu.co).
3. Estudiante de Gastronomía, Universidad Católica Luis Amigó, Grupo GORAS, Semillero de Investigación en Innovación Gastronómica y de Alimentos (SIIGA), https://orcid.org/0009-0006-9350-089X, Medellín, Colombia, [Sofia.marinag@amigo.edu.co](mailto:Sofia.marinag@amigo.edu.co).
4. Estudiante de Gastronomía, Universidad Católica Luis Amigó, Grupo GORAS, Semillero de Investigación en Innovación Gastronómica y de Alimentos (SIIGA), https://orcid.org/0009-0004-7301-6676, Medellín, Colombia, [Andrea.marinva@amigo.edu.co](mailto:Andrea.marinva@amigo.edu.co).

**Resumen:**

En Colombia se desechan más de 6 millones de toneladas de frutas y hortalizas al año, entre estos se encuentra la cáscara de papa que tiene alto contenido de fibra y antioxidantes. Sin embargo, es un residuo alimenticio sin revalorizarse. El objetivo fue aprovechar la cáscara de papa capira como ingrediente en productos gastronómicos para evaluar su aceptación sensorial y de mercado. Para esto se siguió el método de Food Design Thinking. Iniciando con la fase de empatizar, donde se encuestó a 100 universitarios con preguntas sobre subproductos, cascara de papa y preferencias de consumo. Luego, se formuló y elaboró un producto alimenticio con la que incorporación de harina de cáscara liofilizada (etapa de definir, idear y prototipar). El prototipo se sometió a una prueba sensorial hedónica y la técnica Check All To Apply (CATA) con 100 panelistas. Por otro lado, se indagó la intención de consumo y compra. Los resultados indican que más de la mitad desconocía el concepto de subproducto, pero el 96 % se mostró dispuesto a consumirlos si el sabor resultaba agradable y señaló preferencia por productos salados, en especial croquetas de pollo. La croqueta alcanzó valoraciones promedio de 3,78 en textura, sabor y aroma, 3,38 en color y una aceptación global de 3,62. Los participantes hicieron énfasis en los descriptores como suave, esponjosa y aromática, señalando como debilidad el tono pálido del rebozado. El 64 % aseguró que la compraría; el 89 % afirmó que lo integraría a su alimentación diaria, siempre que el precio oscilara entre 2.000 y 5.000 COP por 50 g. Las razones de aceptación giraron en torno al sabor rico y la percepción de producto saludable-sostenible. Estos resultados indica que la incorporación de harina de cáscara de papa en croquetas de pollo es tecnológicamente factible y bien valorada por consumidores jóvenes.

**Palabras clave:** Cáscara de papa; evaluación sensorial, food design thinking gastronomía y revalorización de subproductos

**Abstract:**

In Colombia, more than 6 million tons of fruits and vegetables are discarded yearly, including potato peelings, which are high in fiber and antioxidants. However, it is a food waste that has not been revalued. The objective was to use the Capira potato peel as an ingredient in gastronomic products to evaluate its sensory and market acceptance. For this purpose, the Food Design Thinking method was used. Starting with the empathizing phase, 100 university students were surveyed with questions about by-products, potato peelings, and consumption preferences. Then, a food product was formulated and elaborated on by incorporating freeze-dried potato peel flour (define, ideate, and prototype stage). The prototype was subjected to a hedonic sensory test and the Check All Apply (CATA) technique with 100 panelists. On the other hand, the consumption and purchase intention was surveyed. The results indicate that more than half were unaware of the concept of by-products, but 96% were willing to consume them if the taste was pleasant and indicated a preference for savory products, especially chicken croquettes. The kibble achieved average ratings of 3.78 for texture, flavor, and aroma, 3.38 for color, and an overall acceptance of 3.62. The participants emphasized descriptors such as soft, spongy, and aromatic, pointing out the pale tone of the breading as a weakness. Sixty-four percent said they would buy it; 89% said they would integrate it into their daily diet, as long as the price ranged between COP 2,000 and 5,000 for 50g. The reasons for acceptance revolved around the rich taste and the perception of a healthy, sustainable product. These results indicate that the incorporation of potato peel meals in chicken croquettes is technologically feasible and well-appreciated by young consumers.

**Keywords:** Potato peel; sensory evaluation, food design thinking, gastronomy, and revaluation of by-products.