

estilo de vida”; es por ello que según Weiss “las barreras entre lo online y offline están cayendo, pues cada vez buscamos más enseñanzas que nos emocionen, que nos transmitan confianza y transparencia, así como la excelencia operativa en el sector”

La citada experta también explicó dónde estaba el origen de los nuevos formatos hosteleros: “somos más exigentes y queremos productos diseñados para cada uno de nosotros, por lo que junto al concepto sociológico y relacional que tiene la gastronomía, actualmente están triunfando en Europa conceptos como los Market Halls, el Street Food y las Food Trucks”.

Durante el acto de Aecoc, su responsable Horeca del área de Demanda, Bárbara Calvaresi, dijo que el 50% de los consumidores busca experiencias diferenciales en restauración que muchas veces no encuentra; para Calvaresi existen las siguientes tendencias en el sector: “lograr el bienestar, la conveniencia y la proximidad, las experiencias diferenciales y compartidas, la tecnología como aliado de la cotidianeidad y la búsqueda de lo global y lo local al mismo tiempo”.

“Hay un concepto que denomino nutrición emocional, que se refiere a que cuando comemos también llevamos a cabo un acto cultural”, dice Emilio Gallego; “es el guiso que te recuerda los domingos en casa de tu abuela o la croqueta que te retrotrae a las meriendas con tu familia; eso lo tenemos interiorizado y surge cuando acudimos al restaurante o al gastrobar”.

Para dar respuesta a tales demandas el sector ha de invertir recursos en la formación de los profesionales. Así lo han entendido desde la FEHR, que viene organizando mediante sistemas presenciales, de teleformación y fundación laboral acciones en tal sentido “el sector requiere un esfuerzo formativo”, dice Gallego; “ya que en el mismo tienen cabida muchos modelos, por ejemplo el aprendizaje o entrenamiento en la propia compañía”.

“Actualmente ya existe oferta formativa en el nivel de grado, lo cual es ya un cambio significativo”, dice el secretario de la patronal de Horeca; “al mismo tiempo se está produciendo la dignificación social de los oficios de restauración, sector que ya disfruta de proyección pública y es la cocina la que está tirando del sector”.

“No todo puede ser Adriá ni Muñoz”, dice el secretario de la FEHR, en alusión a dos de los chefs españoles líderes tocados con la gracia de las estrellas Michelin; “aunque son necesarios como elementos de vanguardia, como punta de lanza, son los que gestionan la innovación y han ayudado a tirar hacia arriba del nivel medio de calidad, con lo que la relación entre este último factor y el precio es imbatible”.

Con tal ventaja, sólo queda ajustarse al aforismo apuntado por Marianela Olivares, de Linkers: “ahora la buena casa tiene que saber cuál es su factor diferencial”. ■



## La vida es dulce

Sorprendentemente **dulce**, un pimiento único por su dulzor y aroma.  
Sorprendentemente **versátil**, Sweet Palermo® es el ingrediente ideal, tanto fresco en ensaladas, como frito o asado.  
Sorprendentemente **fácil**, se prepara de forma rápida y sencilla, ya que la semilla se aloja muy cerca del pedúnculo y la piel se desprende con facilidad.

  
**Sweet Palermo®**  
[www.sweetpalermo.com](http://www.sweetpalermo.com)