

EL 'STREET FOOD' Y EL 'COLUNCHING', TENDENCIAS GASTRONÓMICAS PARA ESTA TEMPORADA

Según el Director General de la consultora Linkers, David Basilio, "si se desarrollan plenamente pueden cambiar los hábitos de consumo y captación de clientes"

Empieza Septiembre y, con ello, para los negocios de restauración que no están en la Costa, una nueva temporada gastronómica donde definir estrategias que den respuestas a las tendencias del mercado actual. Entre ellas destacan dos vertientes que están de moda en el ámbito internacional: el 'street food' -comida callejera de todos los gustos destinada a un público con ganas de experimentar- y el 'colunching', el consumo colaborativo llevado a la gastronomía en forma de 'anfitriones 3.0'.

25 Agosto 2014

"España es, sin duda, una de las mejores cocinas del mundo en lo que respecta a sabores y variedad, pero si hablamos de tendencias gastronómicas sigue siendo un país muy enraizado en sus tradiciones de consumo". Son palabras del **Director General de la consultora hostelera Linkers, David Basilio**, quien destaca dos importantes novedades en el mundo culinario que se están poniendo en boga en otras partes del mundo y que "de afianzarse o desarrollarse con plenitud, pueden llegar a cambiar los hábitos de consumo y de captación de clientes del sector".

Esta temporada se seguirá apostando por el '**Street Food**' como tendencia de gastronomía. Comida callejera de todo tipo y para todos los gustos, patria y cañí o exótica y novedosa, pero ambas destinadas a un público con ganas de experimentar y reunirse alrededor de un producto gastronómico. "Si tuviéramos unas leyes municipales de venta ambulante más desarrolladas y destinadas al emprendimiento callejero, esta tendencia podría ser sin ninguna duda un nuevo modelo económico a explotar dentro de la hostelería española", destaca Basilio, quien añade que "con el tiempo se verán los resultados que puede dar".

En este sentido, el Director General de Linkers señala que San Francisco, en Estados Unidos, es buen ejemplo de esta tendencia. Además, el empresariado madrileño ya está tomando nota de esta corriente gastronómica y **ya existe un colectivo llamado Street Food Madrid** que reclama "fomentar el uso de la vía pública para el provecho de la gastronomía y la economía madrileña". "El Metro, estaciones de



autobuses, la acera... todo puede ser un gran centro de gastronomía donde degustar comida. Esto haría fortalecer una tendencia que ya triunfa también en Berlín o París", considera Basilio, sin olvidar al continente asiático donde la comida callejera es dinamizadora económica desde hace muchos años.

Una variante de este modelo es el **'Food Truck'** -comida en camión-, un modelo de negocio que permite ofrecer los productos a diferentes personas en diferentes espacios, pero en una misma jornada laboral. *"Un ejemplo a nivel nacional es nuestro Estrella Michelin Koldo Royo que, al mejor estilo de la película 'Chef', ofrece en Food Truck hamburguesas de autor en Mallorca", recuerda el consultor.*

La segunda de las tendencias viene de la mano de las nuevas tecnologías y los nuevos hábitos que éstas facilitan a los consumidores. Pero, en esta ocasión, no pone las cosas sencillas al empresario hostelero ya que es una variante del llamado consumo colaborativo *"que, en términos gastronómicos, empieza a aterrizar en España a pasos agigantados", advierte Basilio.*

Quedar a comer o cenar con amigos en casa es muy español, pero hacerlo de manera ordenada y recurrente, e incluso con ánimo de venta, es lo novedoso. Se trata del **'Colunching'**, que en castellano podría denominarse 'Anfitriones 3.0', y es el nuevo modelo que, si bien se instaló en otros países hace más de tres años, llega ahora con fuerza a suelo patrio. *"El objetivo de esta iniciativa es conocer y probar la cocina autóctona a través de los propios ciudadanos que, con una filosofía de compartir los gastos de elaboración de una comida, se ofrecen como anfitriones gastronómicos", aclara el Director General de Linkers.*

Este modelo vendría a suponer el siguiente paso al delivery o comida a domicilio, con la gran diferencia de que el consumidor elabora su comida y, según palabras de David Basilio, *"comparte el deleite con otros comensales, con lo que consigue no solo la satisfacción de lo realizado sino un ahorro en costes de la cena o comida al efecto".* Y, como la rueda gira, las necesidades de consumo cambian y la capacidad de crear nuevos escenarios gastronómicos aumenta, *"empresarios y chefs tendrán que focalizar sus fuerzas en competir con estos nichos que no pasarán desapercibidos, deberán atraer a los clientes a sus negocios ofreciendo no solo calidad culinaria sino una vivencia positiva que deje huella en el consumidor".*

Sobre Linkers

Linkers, consultora de Recursos Humanos aplicados a la Hostelería, nace en 2010 de la mano de un equipo con amplia trayectoria en el sector, ofreciendo soluciones para que los empresarios hosteleros construyan una fuerte marca a través de la excelencia de su personal: un portal web de búsqueda de empleo especializado en su ámbito, selección de personal a medida, formación customizada a profesionales e impartida por expertos en gestión de empresas turísticas, coaching, consultoría de negocio, cliente misterioso... Todo ello, con el objetivo de optimizar la calidad de servicio y bajo una filosofía: 'Linkers te ayuda a potenciar tus cualidades'.

