

CLAVES PARA ACERTAR CON LA ELECCIÓN DE LOS RESTAURANTES EN VACACIONES

La consultora Linkers, especializada en Hostelería y Turismo, lanza una lista de consejos para que la experiencia gastronómica en destino no se convierta en un fiasco

El período vacacional –especialmente en verano- es tiempo de relajación, de disfrute, de evitar conflictos y disgustos. Pero quien más, quien menos, ha sufrido en sus propias carnes las consecuencias de la mala elección de un restaurante para las comidas o cenas de estos momentos de asueto. Consecuencias como una elevada cuenta inesperada, una relación calidad/precio insatisfactoria o unas expectativas incompletas en la presentación o el sabor de los platos. El socio fundador de la consultora Linkers, David Basilio, enumera las siguientes indicaciones para esquivar las sorpresas desagradables y aprovechar las oportunidades gastronómicas del destino.

1 julio 2015

La ubicación del local define el ticket medio. Un restaurante en la avenida principal del destino escogido para el veraneo seguramente tenga unos precios más elevados que el de las calles paralelas. No significa que sea mejor ni peor restaurante, simplemente su alquiler probablemente sea más elevado y, por ello, deba 'recargar' ligeramente los precios. La comodidad de estar en la calle principal se paga, un factor que se debe tener en cuenta antes de sentarse a la mesa.

Opiniones online: sí, pero con cautela. La sociedad de la información que impera actualmente en el mundo facilita a los consumidores el acceso a opiniones diversas en portales de valoraciones de viajeros sobre todo tipo de establecimientos. *"Pero cuidado, porque esta opinión puede en algunos casos no ser del todo generosa o voluntaria. No hay una manera cien por cien segura de detectar aquellas interesadas, pero hay un indicio claro: siempre que veamos una opinión de un usuario en cuyo perfil se refleje que únicamente ha publicado dicha valoración –y encima es muy positiva- puede ser teledirigida a mejorar la reputación del lugar"*, aclara el Director de Linkers, quien aconseja seguir buceando en busca de impresiones alternativas para contrastar y confiar, especialmente, en usuarios de relevancia en los *websites* de opiniones.



También hay que recordar que la opinión de allegados y amigos a la hora de recomendar suele ser más acertada. Pero, en cualquier caso, es necesario tener en mente el momento en que se ha realizado la visita reseñada o recomendada, ya que este tipo de establecimientos puede cambiar con frecuencia de propiedad.

La comida entra por la vista. El marketing se introduce cada día más en la gastronomía, y los restaurantes en lugares turísticos saben que para ganar clientes en un mercado y tiempo tan competitivo la imagen de sus comunicaciones es fundamental. *"Si no queremos llevarnos sorpresas sobre la realidad de*



la comida solicitada, es aconsejable pasarse antes por el restaurante, ya sea por la terraza o por la barra, y comprobar que la realidad de los platos y de las fotografías es la misma", indica Basilio. Ver desde la distancia los platos que se sirven a los comensales, e incluso sus reacciones, pueden ayudar a esquivar alguna que otra decepción.

La especialización de la cocina mejora las posibilidades de éxito. "Si nos apetece una buena pasta busquemos un establecimiento que tenga como referencia este producto; si queremos una buen asado, busquemos un restaurante con este plato como estandarte". David Basilio estima que los turistas son proclives a buscar establecimientos de 'todo un poco', y es importante destacar que este tipo de locales – especialmente presentes en la costa española– difícilmente mantendrá la calidad en la totalidad de la carta cuando maneja diferentes estilos de cocina. "Pensemos previamente qué nos apetece y busquemos un lugar adecuado para solicitar ese plato o estilo que queremos degustar", sentencia.

La fórmula 'vistas al mar + profesionalidad' se paga caro. Los viajeros que eligen la costa como destino tienen claro que una actividad obligada es la comida o cena junto al mar. Se puede escoger un discreto chiringuito donde degustar las típicas tapas, paellas o comida casual, pero es necesario que las expectativas se ajusten a la realidad: son establecimientos económicos, eventuales y con personal temporal, por lo que habrá un reflejo en el servicio. Por otro lado, un servicio costero y urbano, profesional y eficiente cuesta dinero. Este tipo de establecimientos ofrecen una buena gastronomía en un entorno privilegiado con un servicio acorde a estas premisas. "La moraleja se resume en que hay oferta y variedad para ambas experiencias, pero tengamos claro que la calidad en el trato se paga, y al lado del mar, más", explica el experto.

Cocina local: una experiencia vacacional más. El responsable de Linkers aconseja aprovechar las vacaciones para entrar en contacto con la cultura gastronómica autóctona y salir de la rutina alimentaria que el trabajo impone el resto del año. "La cocina local es la fortaleza de la mayoría de los establecimientos de las zonas turísticas. Además, este tipo de establecimiento suele reclutar como personal de apoyo cocineros y cocineras locales, por lo que la elaboración de platos tradicionales se refuerza y encontraremos algo muy valorado: producto fresco de proximidad", concluye David Basilio.

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'.

