

FINEDINING
LOVERS

BY S.PELLEGRINO & ACQUA PANNA

TENDENCIAS CULINARIAS

2022





Resíduos deliciosos

Las empresas seguirán innovando a la hora de aprovechar los residuos de distintos procesos alimentarios para ofrecer nuevos productos, como las barritas energéticas hechas con granos procedentes de fabricar cerveza (ReGrained), el zumo de manzana del anacardo (Sweet Benin). Yendo un paso más allá y fuera del ámbito de lo comestible, en las pantallas de luz elaboradas con micelio cultivado en granos de cerveza usados, como en el restaurante Silo del chef Douglas McMaster en Londres; o en las tabletas de chocolates en Casa Cacao (del premiado chef pastelero Jordi Roca) están envueltas en papel vegetal procedente del reciclaje de la propia fibra de la planta de cacao. Todo ello contribuye a reducir el desperdicio de alimentos en el proceso, que actualmente asciende a más de mil millones de toneladas anuales. El reciclaje no es nada nuevo en el ámbito de la alimentación, pero a medida que la tecnología avanza se irá volviendo cada vez más interesante.



Chefs en el supermercado

Antes, los productos de supermercado eran el dominio de unos pocos chefs de televisión, pero la pandemia ha puesto de manifiesto la necesidad de buscar nuevas fuentes de ingresos. Con la popularidad y la confianza de los chefs en por las nubes, veremos a chefs de alto nivel que hace dos años no se habrían planteado vender en un supermercado, llenar de repente las estanterías con sus nuevas gamas. Ya está pasando: Momofuku está en Wholefoods; Ana Roš ha lanzado una línea de productos con el minorista esloveno Tuš; Dabiz Muñoz tiene de salsas multisensoriales a sus turrones que se convertirán en hit en las tiendas de El Corte Inglés y el restaurante y carnicería limeña Osso tiene sus productos en las principales tiendas de comestibles de Perú. ¿Podrían ser los condimentos caseros de Noma Projects la forma de financiar el futuro desarrollo del restaurante? Para muchos cocineros, la respuesta es sí!



El productor es la estrella

Durante la pandemia, muchos chefs se dieron cuenta, más que nunca, de la importancia de apoyar a sus productores, y del riesgo de que toda la cadena de suministro se colapse si no se toman medidas. Algunos incluso crearon nuevos productos para venderlos en los supermercados para evitar que los productos se desperdiciaran, como Ana Roš, o canastas de productos para la venta a clientes finales para evitar que los agricultores sufran pérdidas económicas (acercándose aún más a ellos), como Rafa Costa e Silva (de Lasai, en Brasil). Los chefs y los restaurantes siempre han celebrado a sus productores con alguna mención en el menú, en su página web o en el discurso de los camareros, pero en 2022 el foco estará sobre ellos. Hemos visto a Daniel Humm, que sólo sirve Eleven Madison Park platos completamente vegetales, deshaciéndose en elogios regularmente hacia su productor del norte del estado de Nueva York en las redes sociales, mientras en París, la coctelería Little Red Door ha llegado a incluir fotos de los productores en sus menús.



El boom de las bebidas de setas

La categoría de hongos funcionales, que incluye hongos como la melena de león, el chaga y el reishi, ha crecido significativamente en los últimos años y estamos empezando a ver cómo se extiende al mercado de las bebidas. Ya hay cafés preparados, tónicas, cócteles artesanales sin alcohol y otras bebidas supuestamente beneficiosas para la salud, capaces de mejorar la función cognitiva y aumentar la inmunidad y la libido. En España, Cervezas Speranto ha creado una cerveza estilo Mushroom Saison aromatizada con miel, pimienta rosa y setas (*Cantharellus Lutescens*) hecha en colaboración con el Gastrobar Toledano (en Torrent). Una dosis de hongos líquidos podría ser la nueva kombucha y los analistas predicen que la demanda de todo tipo de hongos funcionales (no de psilocibina psicodélica) podría impulsar el mercado de las setas en EE. UU. hasta los 3,510 millones de dólares en 2027. Prepárate para el boom de las setas.



Cocinas felices

Tener a los trabajadores contentos ya no es opcional en la hostelería. Es esencial un equipo fuerte física y mentalmente y comprometido. En 2022 seguiremos viendo cambios y nuevas iniciativas en la cultura gastronómica para cuidar la salud, desde más equidad y nuevos modelos de negocio, hasta recursos de aprendizaje gratuitos para los chefs, pasando por el bienestar en el lugar de trabajo: la chef H el ene Darroze, con tres estrellas Michelin, est a barajando la idea de contar con un masajista in situ, por ejemplo. Nuestra reciente encuesta de Better Business identificó que reducir el agotamiento como una de las principales preocupaciones de los chefs profesionales, mientras que en el restaurante Sons & Daughters de San Francisco el chef Teague Moriarty ha implantado un modelo de participación en los beneficios, con el que el personal tiene una mayor participación en el negocio. La chef mexicana Claudia Ruíz S ntiz (quien trabaj  con Rene Redzepi y Enrique Olvera) proveniente de una pequeña comunidad indígena en Chiapas, decidió abrir su restaurante, Kokono, solo con mujeres jóvenes de la comunidad que reciben capacitación y educación — ella también eligió acabar con la jerarquía en su cocina, y todos tienen autonomía para tomar decisiones. Los psicólogos profesionales podrían ser algo habitual, por lo que hay que felicitar a los restaurantes que ya cuentan con ellos (como El Celler de Can Roca).



Problemas de caja

Los problemas de la cadena de suministro y el aumento de la inflación, sobre todo en el ámbito de la energía, el transporte y los envases, seguirán haciendo que el precio de los alimentos suba en 2022, por lo que la compra semanal será más cara. De hecho, según la FAO, el precio mundial de los alimentos a finales de 2021 era el más elevado desde hace más de una década y se prevé que esta situación continúe el año que viene. En nuestra opinión, razón de más para encontrar nuevas formas de aprovechar y reducir el desperdicio de alimentos en casa. En los restaurantes, que ya luchan contra la escasez de mano de obra, puede que veamos cómo esas subidas de precios se trasladan al cliente: el coste de comer fuera de casa en EE. UU., por ejemplo, ha subido más de un 5% en el último año. Por eso, algunos restaurantes (de DiverXO a Asador Etxebarri) decidieron aumentar los precios de sus menús para 2022 como una forma de volverse más sostenibles económicamente y, así, poder pagar mejores sueldos a su personal.



Éxodo urbano

Tras los cambios que ha traído la pandemia, muchos restaurantes emblemáticos de alta cocina abandonarán las ciudades para instalarse en el campo, donde pueden estar más cerca de los productores, la gente y la tierra. Los restaurantes tratarán de ofrecer experiencias que atraigan a clientes de las ciudades, con posibilidad de dormir allí mismo, y a clientes locales que trabajan desde casa. Los precios y costes de las ciudades harán que los restaurantes urbanos de alta cocina sean una propuesta más cara y exclusiva, beneficiando así al modelo de negocio rural, más económico. Algunos ejemplos de ello son Merlin Labron-Johnson, antiguo chef de Portland y Clipstone, que ha dejado Londres para abrir Osip, un restaurante para 30 comensales en la pequeña localidad de Bruton, en Somerset. En el interior de São Paulo, Brasil, los chefs Jefferson e Janaína Rueda (del premiado A Casa do Porco) fundaron una finca, Sítio Rueda, en asociación con productores rurales locales para enfocarse en la agricultura para tener la comida más fresca y sana de la tierra a las mesas del restaurante. Se rumorea que Will Guidara, ex chef de Eleven Madison Park, abrirá un restaurante lejos de la Gran Manzana, en una granja, y Joshua Skenes dejó San Francisco y su elogiado Saison para adentrarse en los parajes salvajes del estado de Washington y recibir a los clientes en su remoto Skenes Ranch.



Centros comunitarios

Dado que el trabajo desde casa, o al menos un modelo híbrido, parece ser el futuro del trabajo, muchos restaurantes están poniendo sus comedores a disposición de las personas que están hartas de que sus mesas de cocina se conviertan en oficinas domésticas. Londres lleva la delantera en este aspecto, con numerosos cafés, pubs y brasseries a disposición de los trabajadores que teletrabajan y que, además, necesitan comer cuando llega la hora del almuerzo. Lugares como St Pancras Brasserie and Champagne Bar y Dean Street Townhouse son sólo la punta del iceberg. A medida que la sociedad va reinventando el uso de los espacios urbanos, cabe la oportunidad de que los restaurantes se integren en su comunidad local fuera de los horarios tradicionales de servicio. En São Paulo, Ocupa Rua, un proyecto de ocupación de vías públicas, creó “terrazas-jardines” para 30 restaurantes y bares del Centro de la ciudad. Lo mismo ocurre con el restaurante como centro comunitario para eventos culturales. En Oakland (California), el histórico restaurante Mexicali Rose, que cerró sus puertas en 2018, ha renacido como espacio cultural multiuso bajo el nombre de For the Culture, rindiendo homenaje al restaurante que lo precedió.



NFT

Un NFT o Token No Fungible es un criptoactivo diseñado para generar escasez (y, por lo tanto, valor) en el ámbito digital, creando en esencia bienes coleccionables digitales con los que se especula para obtener ganancias. Tras arrasarse en el mundo del arte digital (el artista Beeple alcanzó el récord en una subasta con una venta por 69 millones de dólares), puede que los chefs y restaurantes más avisados empiecen a explorar esta tendencia para ganar dinero. El restaurante venezolano Garrido's Bistro, en Michigan (Estados Unidos), afirma haber creado el "primer NFT de comida", al tomar su Garrido's Extreme Milkshake y convertirlo en digital. De hecho, los NFT podrían ser unas fuentes de ingresos muy lucrativas para chefs y restaurantes e incluso permitirles a los hosteleros aumentar los beneficios de sus propias creaciones de autor, desde platos hasta cócteles. Por ejemplo, la primera fotografía del famoso negroni "agitado con los dedos" del fallecido barman y escritor de bebidas Gaz Regan se subastará como NFT con fines benéficos. ¿Ese camarero al que no le diste propina anoche? Acaba de comprar el bar.



Impuesto sobre la carne

Cada vez es más frecuente que los gobiernos piensen que subir los impuestos de la carne podría reducir los efectos nocivos de la ganadería industrial en el medio ambiente (ya que es responsable del 14,5% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero) y empujar a la gente hacia alternativas no cárnicas. Sin embargo, hasta ahora no ha habido ninguna acción legislativa, con poderosos intereses en juego, salvo algún que otro político dispuesto a arriesgarse. ¿Podrían ser los restaurantes los que lideren la iniciativa? Sin duda, sería un poderoso mensaje sobre el verdadero coste de la carne por parte de los chefs, líderes en cuestiones de sostenibilidad. Y tal vez sea el tipo de evasión de impuestos que al mundo le interesa respaldar.

Gracias

Siga con nosotros:



www.finedininglovers.com
#finedininglovers

Fuentes de información

www.businessmarketinsights.com/reports/north-america-mushroom-market - www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/ - www.dol.gov/newsroom/economicdata/cpi_1102021.pdf - www.fao.org/news/story/en/item/197623/icode/