

El restaurador que ofrezca seguridad tiene mucho que ganar

Muchas veces conocemos colegas en diferentes circunstancias, pero si uno puede considerarse afortunado por conocer a una persona y colega en cualquier ocasión, este colega o uno de ellos, les aseguro que es [Francisco Belín](#). Profesional a tiempo completo, siempre con una voluntad de colaboración impresionante, me atrevería a denominarlo el “caballero de la gastronomía” y sé, que una gran mayoría estará de acuerdo conmigo.

Hoy les traigo esta pequeña entrevista como preámbulo al programa del jueves 18 de [“Hablan los expertos”](#) que les aseguro, tiene mucho que aportar al sector.

La Entrevista

José Garavito.- Hablar hoy día de comunicación y publicidad, al igual que la mayoría de todos los rubros de nuestra sociedad actual, todos ellos han cambiado a raíz del COVID-19. ¿Cómo te planteas ahora desarrollar lo que hasta hoy has venido haciendo? ¿Cuáles serán tus ajustes en este sentido? o ¿planteas hacer exactamente lo mismo y de la misma forma hasta ahora?

Francisco Belín.- La comunicación, la información, el periodismo (en todas sus vertientes y formatos tanto de expresión como de medios) no es algo monolítico, sino que fluye respecto a los movimientos de una sociedad que paulatinamente ha demandado el producto informativo para estar al tanto de lo que acontece en un mundo globalizado.

No hay más que observar el desarrollo de las redes sociales.

La Covid-19 constituyó un zarpazo bestial y, por ende, un impacto difícil de asimilar de primeras por todos-as y que, además, 'invitaba' a augurar horizontes dramáticos también para el periodismo. En mi caso particular intenté diseccionar entre elucubraciones y lo que deparará el día a día (con visos diferenciados y diferentes a cada paso que avanzamos), intentando aportar lo valioso de la información especializada para arrimar el hombro durante el confinamiento y en la presente escalada.

En estos momentos el bagaje de cada periodista y comunicador es relevante para adaptarlo a la exigencia de la realidad que vivimos y, en mi caso particular, no me reinvento si no me planteo a la adecuación de las labores que sean de verdad más útiles para la gastronomía y la sociedad.



El restaurador que ofrezca seguridad tiene mucho que ganar

José Garavito.- ¿Cómo crees que puede mantenerse el “alto nivel gastronómico” con la poca asistencia a los restaurantes?

Francisco Belín.- Es indudable que el alto nivel gastronómico como la alta cocina precisan de un incesante fuelle económico. No olvidemos que los establecimientos de gran prestigio precisan de enormes esfuerzos para igualar gastos-ingresos y que los márgenes de cocineros-as mediáticos proceden de otras actividades y acuerdos comerciales.

Esa alta restauración está anunciando tímidamente las reaperturas, pero muchos se replantearán el concepto de su filosofía y creación culinaria que desarrollaban hasta el parón universal. Como en toda hecatombe considero que habrá

selección natural y unos proseguirán y otros quizá deban cerrar si no pueden ceñirse a tal y como eran..



RADIO
concúrcuma

José Garavito.- Hay nuevos hábitos de consumo, eso es innegable y, además, hay que acotar que son los cambios del perfil del consumidor que más rápido se han instalado en la sociedad, en cuestión de semanas, todo cambió. ¿Cómo crees que el restaurante debe afrontar estos cambios? no solo de hiper higiene, sino ahora, que la gente ha descubierto que puede hacer muchas cosas en casa ¿con qué estrategia piensas que deben abordar esta nueva frontera? ¿Con el delivery?

Francisco Belín.- Me gusta insistir en ese aspecto de la pregunta que abría la entrevista y que está relacionada con aspectos, si se quiere, antropológicos. No va a ser lo mismo lo que nos figurábamos en los primeros compases del confinamiento que lo que estamos viviendo día a día y con el día 22 de junio trazado como la vuelta a una normalidad 'diferente'.

Cuando fuimos por primera vez al restaurante pudimos sentir 'miedo'. Por un lado, el restaurador que ofrezca seguridad tiene mucho que ganar; segundo, y respecto al consumidor, en estos comienzos no abarcará demasiados establecimientos, sino que repetirá en esos de máxima confianza. En cuanto al formato delivery, harina de otro costal, puede ser un camino a explorar (y exigente) pero intuyo que no demasiados restauradores lo seguirán.

José Garavito.- ¿Piensas que existe una fórmula mágica para lograr éxito en el ámbito gastronómico? estandarizando el tema en una misma calidad, ¿cuál crees tú que es la razón para tantos restaurantes abran y cierren al poco tiempo?

Francisco Belín.- Como se suele decir, me alegra que me haga esa pregunta! Nunca, en ningún campo de la vida, existen fórmulas mágicas, pero sí acertadas a las condiciones que se presentan y se pueden dominar. Sin darnos cuenta, la gastronomía, la variedad y calidad gastronómica unida a otros factores incluso el del ocio, se nos ha colado en la vida cotidiana y, por tanto, paulatinamente hemos sido más o menos

exigentes con la restauración.

Al final existen variables muy palpables que hacen que un restaurante a golpe de talonario cierre con estrépito y que un local familiar se mantenga por generaciones, pero lo más destacable es saber cuáles son las fortalezas y debilidades de la propuesta y servicio al comensal en cada caso para que la restauración sea rentable.



José Garavito.- Aparece ante nosotros una nueva realidad a la que nunca nos habíamos enfrentado ¿qué necesitamos? Llegar a nuevos clientes, fidelizar a los que ya hay, introducir una

nueva carta ¿no se engloba todo en una buena comunicación? ¿podemos lograrlo con buenos comunicadores aliados?

Francisco Belín.- Claro. Es lo que pasa tras cualquier “huracán” que arrasa con “lo que conocíamos” y con razón, con razones del humano y comprensibles, cada uno clamamos por ayuda y apoyo. Los sectores que podemos considerar gastronómicos (restauración, turismo, hotelería, sector primario incluso los relacionados con la sostenibilidad ambiental) han tenido un gran aliado: la comunicación especializada. ¡Que también ha sufrido un descalabro absoluto!

No olvidemos que aquella explosión de la gastronomía española de los Arzak, Subijana, Adriá, Aduriz... estuvo escoltada por renombrados periodistas entendidos en cocina y vitivinicultura y que perseveraron en una labor denodada para que la gastronomía se posicionara entre los temas hoy punteros de interés de la sociedad.

Ahora toca definir cuáles son los caminos más eficaces para desarrollar esa labor de ‘altavoces’ y que el conjunto de profesionales quizá pueda conformar una piña con objetivos comunes; asimismo, pensar en formar y preparar a conciencia a futuros comunicadores-as especializados ante los nuevos desafíos (y no tozudamente relacionados con la crítica gastronómica).

José Garavito.- ¿Crees que las proliferaciones de agencias de comunicación le están haciendo un gran daño a los medios especializados y al propio restaurante? ¿porqué?

Francisco Belín.- Nada es ‘malo’ porque sí. Lo dañino comienza cuando la proliferación de cometidos comienza a empañarse por una praxis basada en el intrusismo y en la que no hay orden y ni concierto, con la consabida actividad de algunos-as “salvapatrias” que se reactivan al olor de los billetes ya vengan de la gastronomía o de coches de alta gama.

En el orden natural de las cosas, los empresarios de la

restauración saben muy bien cuáles son unas prestaciones u otras y, a veces, se dejan llevar por algún 'canto de sirena' aunque siempre sabiendo a pies juntillas que quizá esa agencia no va a ser útil.

En muchas ocasiones vendrá la certeza y será demasiado tarde para reconocerlo. Puede gustar más o menos un estilo u otro de comunicadores-periodistas especializados, pero son los que van a precisar en las estrategias y los objetivos. Claro, que para eso hay que pagar como se paga a la empresa que se encarga de la higiene del restaurante.



Lo que dan en denominar '*nueva normalidad*' puede cambiar esta realidad, pero, por supuesto, en muy buena parte desde el origen, es decir, desde los empresarios que se cuestionen qué merece más la pena.

José Garavito.- Dinos 6 consejos que le darías a los restauradores en cuanto a comunicación se refiere.

Francisco Belín.- Confianza y seguridad en un comunicador afín (que no servil) al concepto que se marca la empresa; incluir la comunicación como un elemento más del escandallo general;

no ser cicateros y sí marcar un justiprecio en la remuneración del comunicador en el que se deposite esa confianza; favorecer sinergias con otros restauradores que reflejen movimientos y tendencias interesantes para la sociedad; que un reportaje puntual, por espectacular que sea, no va a salvar a un restaurante en momentos bajos; que la comunicación supone fluidez, marca, reconocimiento, renombre y que puede ser versátil en busca de los objetivos que se pretenden.

José Garavito.- Para terminar, ¿qué crees que pasará con los medios convencionales? ¿Desaparecerán o deberán reinventarse? ¿cómo ves el futuro a mediano plazo de la publicidad y comunicación?



Francisco Belín.- José. Recuerda aquel tema musical célebre de que *“el vídeo mató al locutor estrella de la radio”*. Nunca pasó. De todo esto que planteas se ha hablado en décadas y, al final, acontecimientos como la pandemia –como la fue la crisis de 2008- pueden haber dado en la línea de flotación de medios generalistas o revistas especializadas.

Pero, de cualquier forma, siempre estarán las PERSONAS, los-as profesionales que en cada caso van –y para eso están preparados- a diseñar fórmulas eficaces; esa rueda nunca va a parar.

Ahora bien y como afirmé en principio, vaticinando soy pésimo pero mi corazonada sí es que el futuro de la publicidad y la comunicación se encuentra ante un “*libro en blanco*” por escribir y entre todos-as se puede fortalecer un panorama que atañe a la globalidad de los que, en un cometido u otro- hacemos posible la gastronomía a diario y escribiendo aquí y ahora lo que será el futuro.

Regístrate gratis en: <https://www.canariasgourmet.es/registro/>

• MASTER CLASS EN DIRECTO •
HABLAN LOS EXPERTOS

COMUNICACIÓN & GASTRONOMÍA POST-COVID

'RESILENCIA' LA NUEVA NORMALIDAD



JUEVES 18 - 19:00 HORAS
www.canariasgourmet.es/registro