



EXPRIMIENDO EL CONOCIMIENTO

On live
THE COOKING CONGRESS

INFORME RESUMEN 1º EDICIÓN

"Yo sólo sé que no sé nada".

SÓCRATES


EL CONGRESO

La primera edición de The Cooking Congress ha sido un éxito desde el punto de vista de visualizaciones y, sobretodo, de aportación de conocimiento y ayuda al sector, tan reclamado en este momento.

Tanto la calidad de las ponencias como las conclusiones extraídas en cada una de ellas nos aporta riqueza intelectual y un campo de acción para el presente y futuro cercano. Por ello en este "Informe" hemos querido resumir cada una de las ponencias en pro de sellar la información acaecida durante todo el evento.

Además, desde el equipo de The Cooking Clubster y sus colaboradores queremos agradecer a todos los que nos visualizaron, compartieron, disfrutaron y aprendieron algo de este congreso. Sin ellos no hubiera sido posible.





EQUIPO

LOLO ROMÁN

Dirección y coordinación
CEO The Cooking Clubster

ANDREA ESCRIBANO

Comunicación y RRSS
Directora Comunicación TCC

LUIS ISAC

Desarrollo de Contenidos
Chef e investigador SCIC

JORGE BRETÓN

Estrategia de contenidos
Chef y profesor Basque Culinary
Center

ADRIÁN LEONELLI

Gestión de recursos
Chef y profesor BCC

FRANCISCO ALMEIDA

Departamento commercial
Catedrático Gastronomía en
cátedra Atlántica

VISUALIZACIONES TOTALES

7526 **GRACIAS!!!**

**A TRAVES DEL INSTAGRAM DE
@THECOOKINGCLUBSTER**

CONOCIMIENTO 360º

Crear una plataforma de intercambio de conocimiento entre ponente, asistentes, y viceversa.

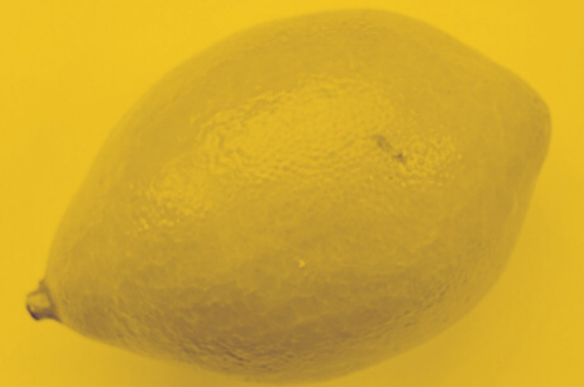
NUEVAS VOCES

Dar oportunidad y visibilidad a chef, hosteleros y gastronómicos para exponer sus proyectos, ideas o puntos de vista y así acelerar la regeneración y aceleración del sector.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Disponer de nuevas vías de exposición de conocimiento gastronómico, el cuál será recogido a través de lectures, videos e informes que se colgaran en web y distintos canales online.

OBJETIVOS



CONCLUSIONES



"LINEAS ESTRATÉGICAS PARA LA RECUPERACIÓN"

Eva ha dado algunas claves ligadas a la importancia de mejorar en el entorno online, haciendo énfasis en el valor que nos va a dar la tecnología para afrontar con mayor precisión el problema actual.

Como claves perder el miedo a la ofimática, tomar la gestión [económica, de stocks] como fuerte para este tiempo: la tecnología servirá como palanca de aceleración, digitalizando todos los procesos [horarios, menú engineering, gestión de compra y almacén].

Opina que es difícil un plan o solución global a la situación, ya que nuestro modelo de restauración es muy variado y precisará de pequeños planes estratégicos. La seguridad del cliente va a ser fundamental: en las personas, en los procesos, en los restaurantes para conseguir una actitud de confianza, que será la herramienta que impulse el sector.

Ahora la importancia no vendrá en el volumen de negocio, que se verá mermado por implantación de marcos de seguridad, sino más bien por la rentabilidad [eficiencia] de cada uno de esos comensales/clientes.

Recomienda MAPAL y GSTOCK como herramientas, por su posibilidad de integración entre ellas. En el chat se recomienda también la aplicación TspoonLab.





LLUIS SERRA

"NUEVOS HÁBITOS POSTCUARENTENA EN HOSTELERÍA"

Lluís Serra y Luis Isac charlan sobre la seguridad y los primeros pasos. Para ello Lluís propone arrancar siendo precavidos: Nos explica de una forma muy precisa cual es la realidad del COVID, cómo afecta, cómo se comporta; duras palabras que no hacen sino darnos un conocimiento real y fiable, y poder tener todos una valoración de cómo comportarnos mejor frente a esta situación.

Nos recuerda las acciones que si sirven, apoyando el uso de la máscara e incluso le da mucho valor, pero rechaza los guantes por la falsa seguridad que dan, frente a una conciencia de lavarse las manos cada poco.

Hace una pequeña revisión de cómo ha sido el comportamiento humano a nivel alimentario, pasando de la histeria inicial, comprando procesados y productos terminados, y se ha pasado al control de la situación, en la medida de lo posible, para tranquilizarse y empezar a comprar materia prima y procesarla en casa.

Habla de como los restaurantes tendrán que mezclar dos puntos importantes como son la seguridad frente a la realidad que marcará la necesidad económica de las empresas, entendiendo que esto provocará una limpieza de empresas poco sostenibles acelerado por el proceso que nos está haciendo pasar el COVID.

Pone sobre la mesa que nuestro sector, artesano, con márgenes de beneficio muy pequeños, del 6-7% no podrá soportar en algunos casos la dureza de esta situación, pero recalca la importancia de ayudar a un sector que no sólo es motor económico, sino "Marca España". El punto de miedo recalca, se debe ser conscientes que no se eliminará hasta tener una vacuna.

Finalmente termina explicando ciertos aspectos positivo ya que esta situación nos está haciendo pensar a todos en nuestra alimentación, nuestros hábitos alimentarios y los productos que nos rodean.

"EL DELIVERY EN EL MODELO DE NEGOCIO DE LA HOSTELERÍA"

Nuño toca el tema del delivery, cómo una de las líneas de negocio que puede apoyar a la situación actual, siendo una forma de "aumentar" el volumen de negocio, sin tener que tener confinamiento en el espacio del restaurante.

Lo primero que hay que tener en cuenta es que sobre el delivery hay que hacer un esfuerzo. El delivery siempre se ha asociado a comida de mala calidad, a un fast food de segunda categoría, y la solución no pasa por "simplemente" trasladar la comida a la casa, ya que lo primero que tenemos que pensar es como preparar nuestro local para el delivery [espacios para la producción, para la recepción y salida de pedidos, la gestión económica, para el stock de envases, etc], ya que sino no se le sacará rendimiento a un producto que ya tiene un coste que en algunos casos alcanza el 35%.

Hay que transformar "el coste del camarero", sin olvidar que la función de la sala, debe estar presente para que nuestro delivery siga siendo diferencial: experiencia de usuario en la preventa, en la venta y en la postventa: transportando así una experiencia de cliente que sea marca y filosofía de nuestro restaurante.

Toca el tema de la falta de una legislación ad-hoc para el delivery puntual en línea caliente [sino mas bien para packaging, producción], pero recordando que no es un catering diferido, el cual si tiene una legislación.

Así mismo habla de espacios como las cocinas de hoteles, las cocinas mejor preparadas para este tipo de servicio [por su forma, por su modelo de trabajo], aunque tradicionalmente no se hayan usado con este modelo.



NUÑO URREA

"El delivery tiene que ser diferencial"



"Potenciar la filosofía como eje de nuestro proyecto"

JAVI RIVERO

"PELIGRO Y OPORTUNIDAD"

Javi Rivero, cocinero, emprendedor y reflexivo entusiasta, compartió con nosotros su energía y proactividad en estos momentos de crisis e indeterminación.

Javi y Gorka, su socio, han utilizado este paro obligatorio para realmente aprovechar y reflexionar, más allá de conjeturas de cómo va a ser la vuelta [que no sólo depende de los hostelero, sino de las autoridades].

Se preguntan el cómo quieren ellos que sea la vuelta: cómo va a ser su filosofía, cómo poder mejorar la experiencia con el cliente para mejorar su nivel de satisfacción y con el proyecto, o cómo puede ser un posible delivery en el que haya un valor añadido.

Además plantean el modelo de trabajo con los proveedores, afianzando más su compromiso con el productor local, lo que les dará coherencia, pero al mismo tiempo transmisión de cultura, historia y arraigo, a la vez que potencian y aceleran la economía del entorno para ayudarse a salir de la situación.

Afianzar el compromiso con los clientes, para vincularlos al proyecto, y aprovechar este momento para volver con una mejor calidad de vida de todo el equipo, gestionando el modelo para hacer más productivas las horas y disminuir la carga de trabajo. Plantean una apertura del negocio escalonada, creyendo que volviendo en mayo/junio alcanzarán la media velocidad en julio/agosto y una velocidad "parecida a lo que podría ser normal" a finales de noviembre/diciembre.

Sus claves fueron las de ser positivo, repensar y buscar la coherencia en el restaurante utilizándolo como un escaparate del proveedor y con ello del entorno.

"ESENCIA, IDENTIDAD Y EXPERIENCIA"

Juan Carlos, talentoso chef, actualmente uno de los jefes de cocina del "grupo ElBarri", nos expuso cómo es el modelo actual de su restaurante madre, Enigma.

Nos conto cómo el restaurante apuesta por un modelo experiencial en el que mediante el flujo de los comensales por diferentes estaciones de servicio [los 6 enigmas] nos hacen vivir una experiencia gastronómica que viaja por el producto, la técnica, las historias... manteniendo al cliente en un constante juego entre la gastronomía y la vivencia tan particular del propio espacio.

Nos habló de cómo el grupo está intentando plantear como va a ser la vuelta al trabajo, planteando diferentes escenarios de cómo abrirán cada uno de los locales paulatinamente y que tipo de medidas tomarán para garantizar la seguridad de sus trabajadores y sus clientes.

Juan Carlos es un chef con una capacidad creativa increíble y nos hablo de su paso por modelos creativos muy radicales, como su experiencia formando parte del grupo multidisciplinar que creó el concepto de Heart Ibiza, en el que el desarrollo de una propuesta, basada entre cocineros, directores artísticos y diseñadores les hizo abrir la mente, trabajando un modelo en el que no sólo la gastronomía es importante, sino marcos como la descontextualización, la obviedad o la falta de ella, el surrealismo, eran planos donde manejarse en cada uno de los espectros oferta, maridaje, escenificación, vajilla, etc.



JUAN CARLOS GARCÍA

"la importancia de la experiencia del cliente"



LUIS ISAC

“LA ALTERACIÓN DE LOS SENTIDOS”

Luis Isac, uno de los organizadores de The Cooking Congress, y chef investigador del IMIDRA, quiso compartir con todos cómo los sentidos influyen en el acto de la alimentación y del comer, para hacernos ver la importancia de este conocimiento, que no sólo está en las características del alimento [forma, color...], sino también en las características fisiológicas del comensal [su disposición a comer] y en las características del entorno [ruido, temperatura, etc.]

Este conocimiento nos puede ayudar a controlar y mejorar la experiencia del cliente durante el tiempo que pasa en nuestros restaurantes. Contó cómo los sentidos reafirman las expectativas [oír la textura crujiente como ejemplo], y cómo otros conceptos, como las sensaciones trigeminales [que nos aportan sensaciones de frescor, de picante], el flavour [conjunto de sabor y aroma] nos ayudan a manejar mejor los productos y las técnicas: apostó por utilizar modelos de análisis sensorial en los restaurantes, como las catas hedónicas, para analizar los gustos de los clientes.

“LAS PRIMERAS RECETAS DE LA HUMANIDAD: TABLAS MESOPOTÁMICAS”

Patricia, profesora en Harvard, plasmó una idea conceptual, como es la curiosidad como motor creativo, pero la afianzó y la potenció con la idea de usar el mundo de las hipótesis [hipotizar] desde el conocimiento y la cultura.

Todo esto lo desarrolló contándonos cómo en Harvard se usa la gastronomía como eje para explicar los conceptos científicos [ejemplo la difusión del calor y un coulant].

Nos contó uno de los proyectos principales, consistente en el estudio de unas tablas babilónicas de hace 4000 años, en donde se encontraron un conjunto de ellas en las que se hablaba de recetas como guisos, panes y salsas; nos dejó sorprendidos cuando hablaba de la forma en la que estaban catalogadas, ya en esa época se hablaba de recetas de carne y sin carne, de diferentes tipos de masas, leudadas o no, de el uso de ciertos ingredientes como texturizantes [la sangre, el soapwort], y de cómo existían productos exóticos o icónicos [grasa de cola de oveja o carne de pingüino].

De este trabajo salió otro de sus análisis principales, el estudio del soapwort, un emulsionante natural, extraído de la raíz de saponaria, cuyo efecto trató en el mundo de la coctelería, aireantes, masas o sustituto de la clara de huevo, con una característica vegana.



PATRICIA JURADO

“entender los procesos para controlar los procesos”



BLANCA DEL NOVAL

“REUTILIZACIÓN DE LOS DESCARTES”

Blanca trabaja en la parte de BculinaryLab del centro tecnológico BCCinnovation, centro adscrito al Basque Culinary Center.

Nos contó dos de los proyectos más potentes en los que trabaja, que en algunos casos se entrelazan entre ellos, nos habla de plantas silvestres y su valor gastronómico, del aprovechamiento de los descartes como valor gastronómico y como conciencia social, así como arma creativa.

Por otro lado nos habla de ciertas técnicas como las fermentaciones, para mejorar las características organolépticas de algunos productos. Esto nos abrió varias líneas de debate, como la concienciación, y la posibilidad de usar la misma para salir de esta crisis, de la importancia del conocimiento y el análisis para mejorar nuestras ofertas gastronómicas

Finalmente se comentó como conocer las plantas nos da un balance gastronómico más sensato, y como este conocimiento nos ayuda en encontrar fórmulas que podemos usar para sorprender a los clientes, recordando que por ejemplo muchos de los productos que son descartes en una cultura, pueden ser manjares en otra.

“INNOVAR SABE BIEN”

Marta Garcés, Doctora, investigadora y profesora de la universidad Francisco de Vitoria, nos habla de un tema como es la innovación: nos habla de la innovación en el mundo científico, de lo interesante que es, de lo costosa que puede resultar a veces.

Antes de entrar en situación explico de forma muy didáctica, a través de un collar y unas tijeras, qué es una proteína y una enzima, cómo trabajan entre ellas para conseguir cortar a las proteínas y conseguir moléculas más pequeñas para obtener los resultados que obtuvieron en uno de sus principales trabajos junto al CSIC y al chef Mario Sandoval, la hidrólisis de la clara de huevo.

Nos habló de que este producto, por su sistema de creación mantiene los 9 aminoácidos básicos de la clara de huevo, y nos hizo una explicación sobre cómo es el funcionamiento de estas proteínas y cómo con ellos consiguieron respetarlas para mejorar la calidad de su producto, que sirve como agente coagulante, espumante y aireante.

Y terminó comentando cómo actualmente este producto estaba a punto de salir al mercado con el nombre de Saude.



MARTA GARCÉS

“Las proteínas funcionan como un collar”

“REVOLUCIÓN GASTRONÓMICA EN EL CARIBE COLOMBIANO”

Jaime, chef e investigador colombiano nos enseñó un poco de su cultura y de su forma de hacer, dando un paseo por cómo ha sido su evolución hasta llegar a ser el cocinero que es hoy:

Nos contó su modelo, que arranco con la necesidad de querer investigar acerca de productos autóctonos del caribe colombiano, zona influenciada por colonos, africanos, griegos, que dejaron técnicas y productos, como pueden ser los ñames, el uso de la berenjena, el coco o el cerdo; este viaje en búsqueda de productos lo realizó culturizando y mostrándolos mediante cenas tipo clandestinas mediante un modelo de pop-up:

Este camino lo lleva a abrir el restaurante que regenta hoy en día con su socio Sebastián, en el cual intentan mostrar esta cocina autóctona, regional, desconocida, mientras la compaginan con una cocina mas criolla, sencilla y popular; esta filosofía los lleva a un modelo de seguir buscando productos, y esto a tener que encontrar formatos de procesos en el que ellos mismos han tenido que trabajar con los productores para ayudarles a ser pequeños proveedores, generando la logística de transporte, negociando los precios justos, y enseñándoles a valorar su productos, su temporada, la calidad.

Nos contó que actualmente están generando comida “delivery y take away”, mas sencilla, mas campechana, pero para poder tener un modelo que sustenta a todas las familias que viven de su negocio, y porque en el fondo, y como el dijo recordando que esa será la herramienta mas fuerte para salir de esta situación “en el fondo es un cocinero que lo que quiere es cocinar”, y se adaptarán para seguir haciendo lo que mas les gusta: cocinar.



JAIME RODRÍGUEZ

“INNOVAR SABE BIEN”

Sergio Gil, antropólogo, hostelero y presidente de la asociación de restaurantes sostenibles de Barcelona, nos dio una explicación de cómo ha trasladado su conocimiento en antropología, para de una forma aplicada poder trabajar en la consecución de información para usarla en pro de mejorar el entorno laboral y con ello la relación con los clientes y su nivel de satisfacción:

Esta metodología, llamada Gastropología, se mueve en tres planos principales. En primer lugar, las observaciones periféricas, en segundo la observación flotante y tercera la observación participante.

Dicho proceso de observación saca conclusiones mediante las cuales trabajar la coherencia del espacio y el negocio, el trato [tanto interno como externo], las relaciones entre el negocio y el comensal, para poder mejorar el alma del espacio, la actitud participativa del conjunto y generar con ello espacios divertidos y equipos rentables.

Nos habló del exterior del negocio, del interior, de la ubicación de las cosas, de como se comportan nuestros clientes, de las relaciones entre ellos y con el negocio, del uso que se le da al negocio por el cliente, y de una serie de tips para conseguir que toda esta información nos mejore el manejo de nuestro negocio.





"Lo primero pra ser creative es saber el para qué?"

ALBERTO RODRÍGUEZ

“LA COCTELERÍA CON INFUSIONES COMO TENDENCIA SALUDABLE”

Alberto Pizarro, condecorado coctelero, nos hizo una exposición increíble en la que , mientras nos preparaba un coctel saludable y no alcohólico, y algo muy interesante, nos daba opciones y alternativas para cambiar aquellos ingredientes que no tuviésemos por opciones que si pudiésemos tener en casa, ,nos repasó algunas de las cosas a tener en cuenta para generar un buen coctel.

Nos habló de la importancia de los balances entre sabores, mientras nos recordaba lo bien que funciona la acidez y el dulzor, o el dulzor con el amargor, pero no la acidez con el amargor, por ejemplo.

Nos comentó la demonización actual de la sacarosa, y nos expuso alternativas para trabajar con el dulzor [sirope de agave, miel, azúcar moreno, stevia o incluso no poner azúcar].

Nos hizo un planteamiento en el que explicaba que el primer paso para ser creativo es estudiar y conocer cual va a ser la función de ese coctel, es decir: ¿para que lo estas creando?, y nos habló de que a la hora de combinar los ingredientes, el concepto del mismo era tan importante cómo la mezcla de los mismos ingredientes.

Todo esto nos lo ejemplificó en como diferenciar un te frío de un coctel y que muchas veces todo esto se debe redondear con el diseño, la estética, ya que forma parte de lo que el cliente busca en una coctelería y que es una gran arma para el negocio.

“PROYECTO TEXEDA: GASTRONOMÍA RURAL”

Borja Marrero, chef canario, nos expuso su modelo actual, basado en no trabajar con el entorno, sino volver al propio entorno, como desplazó su negocio a la parte alta de las islas, y como basándose en la tradición desde la creatividad genera lo que él conceptualiza como “Gastronomía Rural”.

Además propone un conjunto de productos sencillos y cotidianos, pero que al estar elaborados de forma manual y casera, toman una dimensión de producto de lujo, adquiriendo una historia que da carácter a la propuesta y la hacen más personal.

Nos contó que elaboran sus propios jamones y embutidos con cochino negro, cabras o ternera, que elaboran su propio aceite, que recolectan las plantas del entorno y buscan recetas tradicionales del uso de las mismas.

Y todo ello nos lo contó mientras elaboraba en directo queso y nos animaba a ser más “caseros” a la hora de elaborar nuestros productos, y acercarnos a la tierra, a los productores, a los artesanos.



BORJA MARRERO

“lo tradicional no tiene porque no ser creative”

MESA REDONDA:

¿Cómo recuperar mi restaurante después de la Crisis del Covid 19?

En la mesa redonda se hizo un balance de la situación actual, desde un marco de tendencias, estratégico y gastronómico.

Se tocaron temas que nos podían dar algunas esperanzas como la sensación de que la gente, aunque ahora sienta cierto miedo, sigue teniendo ganas de consumo, y cómo eso puede ayudar a agilizar el mercado,

Por otro lado se habló de que nuestro sector, es un sector relativamente frágil, por el modelo artesano y de poca eficiencia económica, y que esto puede pasar factura y generar una transformación en el sector, sacando incluso conclusiones de que en algunos casos: “se nos había ido de las manos”.

Para salir de esta situación de una forma airosa se concluyeron términos como el cooperativismo, lo que si queda demostrado que nuestro modelo es bastante cooperativista, y que deberá serlo más,

Finalmente se habló de que ahora sería más importante la calidad y seguridad. Y no sólo la calidad visible [el producto, el trato], sino la calidad oculta en los procesos, en los flujos, en el modelo], para generar tranquilidad a los clientes y al sector.

Finalmente, Ana Lázaro, puso el punto de vista de la importancia de la información y sobretodo de como den la información los propios medios de comunicación para generar seguridad, o no.



ANA LÁZARO



ORIO CASALS



OSKAR SANTAMARÍA

#LASNUEVASVOCESDELAGASTRONOMIA

JORNADA MATINAL

9:00 APERTURA

"Presentación del congreso"

Lolo Román - CEO The Cooking Clubster

9:15 G&TENDENCIAS

"Líneas estratégicas para la recuperación del sector"

Eva Ballarín - Directora HIP

10:00 G&SOCIEDAD

"Nuevos hábitos postcuarentena en el sector hotelero"

Lluís Serra Majem

10:45 G&NUEVOS MODELOS DE RESTAURACIÓN

"Delivery en el modelo de negocio de la hostelería"

Nuño Urrea - Cofundador y COO de Vluber

11:30 G&EMPREDIMIENTO

"Peligro y oportunidad"

Javier Rivero - Chef y propietario AMA

12:15 G&VANGUARDIA

"Esencia, identidad y experiencia gastronómica"

Juan Carlos García - Rest. Enigma - Grupo El Barri

13:00 G&CIENCIA

"La alteración de los sentidos"

Luis Isac - IMIDRA

13:30 MESA ONLIVE DE EXPERTOS

¿Cómo recuperar mi restaurante después de la Crisis del Covid 19?

Adrián Leonelli, Oriol Casals, Oskar Santamaría, Ana Lázaro



JORNADA DE TARDE

16:00 G&HISTORIA
"Las primeras recetas de la humanidad: tablas
babilónicas"
Patricia Jurado - Harvard University

17:30 G&VANGUARDIA
"Revolución gastronómica en el Caribe
Colombiano"
Jaime Rodríguez - Chef y propietario Celele

19:00 G&SERVICIO
"Gastropología: revolución interpretativa de las
relaciones en el restaurante"
Sergio Gil - Antropólogo Gastronómico Group
Taberna y Cafetín

16:45 G&CIENCIA
"Reutilización de los descartes"
Blanca del Noval - Basque Culinary Center

18:15 G&CIENCIA
"Innovar sabe bien"
Marta Garces - Universidad Francisco de Vitoria

19:45 G&COCTELERÍA
"La coctelería con infusiones como tendencia
saludable"
Alberto Pizarro - Mejor coctelero de España
2011, 2014 y 2016.

20:30 PONENCIA Y TALLER DE QUESOS
"Gastronomía Rural"
Borja Marrero - Proyecto Texeda

¡Únete al grupo de WhatsApp
del evento para estar al tanto de
todo!

APOYO PERSONAL

- Jorge Bretón -
- Luciana Bianchi -
- Adrián Leonelli -
- Patricia Jurado -
- Francisco Almeida -
- Eva Ballarín -
- LLuis Serra -

APOYO PÚBLICO Y EMPRESARIAL



CENTRO DE INNOVACIÓN
GASTRONÓMICA



CÁTEDRA
ATLÁNTICA DE GASTRONOMÍA

CONTACTO



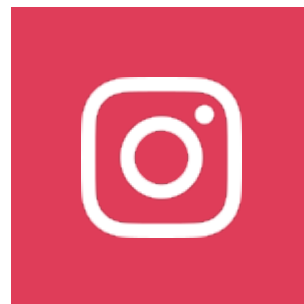
MAIL

lolo.roman@thecookingclubster.com



WEB

www.thecookingclubster.com



INSTAGRAM

[@THETHECOOKINGCLUBSTER](https://www.instagram.com/THETHECOOKINGCLUBSTER)