



10 TENDENCIAS DE CONSUMO A TENER EN CUENTA AL DISEÑAR LA CARTA DE POSTRES DEL RESTAURANTE

Desde hace ya años las tendencias de consumo están presentes sobre las mesas de trabajo de muchas cocinas. Algunas de estas, con cocineros relevantes y muy creativos son incluso capaces de crear tendencias, el resto adaptan sus nuevas recetas a lo que piensan que el cliente está buscando, le puede apetecer y por tanto comprará. Sin embargo todavía son demasiados los restaurantes que le dan la espalda a la evolución de los gustos y deseos de sus clientes. Si analizamos cómo han cambiado en los últimos tiempos los gustos y la forma de consumir de los comensales podemos detectar una serie de tendencias que son interesantes de incluir cuando diseñemos la carta de postres. Las tendencias son muchas, pero aquí os presentamos la 10 que pensamos son más importantes a tener en cuenta.

1 Artesano y local: Independientemente del tipo de restaurante, la cocina y precios, si hay una tendencia que merece la pena explotar es la de postres hechos artesanalmente y si es posible con productos locales. Cada vez más los consumidores solicitan estos atributos en los postres, pues por si mismos confieren un plus de calidad y elaboración, así como un toque localista a las creaciones. Nuestra recomendación es incluir algunos postres con estas características.

2 Natural y ligero: Las sociedades avanzadas demandan salud y estética, y es por esto que a veces los postres por su contenido en azúcar o su elevada carga de calorías provocan cierto rechazo a un segmento del público que nos visita, salvo que les proponamos postres que se perciban como naturales y light. La mejor forma de conseguirlo es introducir junto a los tradicionales componentes dulces como son los helados, sorbetes o pasteles elementos vegetales como frutas, zumos o vegetales, que le confieran la compensación necesaria para que el postre sea percibido como natural, ligero e incluso fresco.

3 Apto para todos los públicos. Quizás en algún restaurante se utilicen términos o formas picantes para definir o crear un postre... en nuestro caso cuando nos referimos a postres aptos para todos los públicos entendemos que personas con celiaquía, diabetes, intolerancias o alergias también tienen derecho al placer del dulce final. Adaptemos nuestros postres, en la medida de lo posible a este público cada vez más numeroso y sobre todo agradecido por pensar en ellos.

alergias también tienen derecho al placer del dulce final. Adaptemos nuestros postres, en la medida de lo posible a este público cada vez más numeroso y sobre todo agradecido por pensar en ellos.



4 Disponible en Talla S,M y L.

De la simple pero elegante bola de helado, hasta el exuberante y a veces excesivo "banana Split" (ya demodé), deben existir medidas. Pues hay clientes que reservan cuota de estómago para los postres y solicitan algunos de cierta importancia y hay otros clientes que buscan únicamente el toque dulce. Como solución quizás se pueda ofertar medias o mini raciones, raciones y super-raciones de un mismo postre, si este lo permite, o tener una oferta que vaya desde los "Petit fours" hasta los "mega-postres", pasando siempre por la talla M, la más vendida.

5 Para compartir. Ya sea porqué es divertido, quizás porqué permite más variedad, o porqué parezca más económico, compartir platos se ha puesto de moda. Así nos lo demuestra el creciente éxito de las tapas y raciones. Siempre es interesante y fácil de vender ante la duda (postre sí, postre no) tener alguno diseñado especialmente para compartir.

6 Crujiente y suaves. El sabor es el atributo más importante de la comida, pero sin duda el segundo es la textura. Mezclar texturas crujientes con texturas aterciopeladas es garantía de éxito en boca. Hagan la prueba.

7 Re-inventados. Para los clientes más clásicos pero no anticuados no hay nada mejor que ofrecerle una nueva versión de los postres más populares. Re-inventar o rediseñar una crema catalana, una selva negra o un tarta al whisky, es apelar a la nostalgia del comensal para actualizar su deseo por retomar la senda de lo dulce.

8 Sorprendentes y fusionados. Postres que parecen objetos cotidianos, presentaciones esmeradas, mezclas insólitas de sabores lejanos entre sí. Un postre tiene que desatar un Whoooo ¡!, ya sea al probarlo, pero si puede ser también al primer golpe de vista.

9 Para todos los bolsillos. Que el dulzor del postre no se convierta en amargura cuando hay que pagar o pedir. No es comercial marcar los postres a precios altos o todos al mismo precio. La carta de postres debe incluir propuestas y precios para aquellos que buscan solo el toque final, precios competitivos en los postres más populares para generar rotación, y postres de lujo con precios a la altura. Es decir postres para todos los apetitos y bolsillos.

10 Todos los sabores. Dulce, salado, amargo, agrio, umami... juntos o por separado. Incluyamos postres que desaten el paladar desde los más increíbles ingredientes. Al final el sabor es la clave.

Para documentar mejor la aplicación de algunas de estas tendencias a la carta de postres puede ser interesante leer el artículo: "10 postres que ya están marcando tendencia" en el siguiente link, <http://www.pasteleria.com/articulo/201504/1896-10-postres-que-ya-estan-marcando-tendencia>

