

## El producto premium gourmet con valores, estratégico para el crecimiento del sector Horeca en España

Los días 16 y 17 de septiembre, Auténtica 2024 acogerá en Sevilla la jornada 'Auténticas Marcas de Restauración' para mostrar las iniciativas de la restauración organizada para apoyar la dieta mediterránea

Directivos de firmas como McDonald's, Taco Bell, La Tagliatella, Grupo Abades, La Cueva 1900, Grupo Areas o Too Good To Go ahondarán en las nuevas tendencias en productos y estrategias de crecimiento en restauración

**Madrid, 22 de julio de 2024** – Los cambios de hábitos de los consumidores están afectando profundamente a toda la cadena de valor de la alimentación, desde la industria alimentaria a la gran distribución y retail, y también al sector Horeca. En este contexto, [Auténtica Premium Food Fest](#), el evento dedicado al producto premium-gourmet que tendrá lugar los próximos **16 y 17 de septiembre en Sevilla**, reunirá a profesionales y directivos de la hostelería para analizar cómo se está adaptando el sector las nuevas tendencias y cambios en los hábitos de los consumidores al integrar productos premium en su oferta de F&B.

En este contexto, el [Horeca Forum](#) congregará a reconocidos expertos del sector para ahondar en las nuevas tendencias en productos y analizar de qué manera el auge de la hostelería está dando lugar a una multitud de alternativas que fusionan gastronomía, comercio y otras experiencias sensoriales para el cliente.

Además, como novedad de este año, dentro del foro tendrá lugar también el 'Auténticas Marcas de Restauración' organizado por la asociación empresarial **Marcas de Restauración**, que representa a más del 70% de la restauración de marca de nuestro país, con una facturación superior a 8.100 millones de euros y cerca de 8.000 establecimientos en toda España. **Paloma Cabral**, Directora de Impacto Corporativo en Mc Donald's y vicepresidenta institucional de Marcas de Restauración, **Maricarmen Jañez**, Global HR Director Proprietary Brands de Amrest La Tagliatella, y **María José Michavila**, directora general de **Casual Brands Group** (grupo de marcas como **Taco Bell**), presentarán sus estrategias para adaptar la restauración organizada a las nuevas necesidades del consumidor y posicionar la restauración de marca como sector estratégico para la economía española.

Por su parte, Andalucía cuenta con cerca de 2.500 establecimientos de restauración de marca distribuidos por sus ocho provincias. Ante estos datos, dos directivas de la restauración de marca como **Ángeles Martín (Grupo Abades)** y **Ángeles Orantes-Zurita (La Cueva de 1900)**, analizarán la situación actual en la región y cuál es el futuro que espera a las marcas de restauración en los próximos años.

### ¿Aún puede sorprender el producto mediterráneo?

Más allá de una pauta nutricional variada y saludable, la dieta mediterránea es un estilo de vida y un elemento cultural que favorece la interacción social a través de la gastronomía. Nuestra alimentación se caracteriza por la abundancia de alimentos de origen vegetal y fomenta un consumo moderado de pescado y carne, sin embargo, su premisa básica gira en torno al respeto

Auténtica es un evento de:

en colaboración con:

al producto y la forma de cocinarlo. Aquí cobran un importante protagonismo la restauración y el retail, como los mejores embajadores para la promoción de alimentos y bebidas de calidad.

En este sentido, el encuentro de Marcas de Restauración reunirá a expertos y directivos de la talla de **Yolanda Agüera**, Directora de compras de Areas Iberia, o **Rafa Bellido**, Presidente del Club de Someliers, para debatir sobre las mejores estrategias en la integración de alimentos locales de calidad y vinos selectos en las cartas de los diferentes restaurantes y tiendas. Asimismo, se explorará el impacto positivo de ofrecer experiencias culinarias auténticas y de calidad que reflejen la cultura de la región, en aras de continuar siendo el destino de los que buscan autenticidad y excelencia.

### **Andalucía en esencia: un destino de referencia para el turismo de paladar**

Además de sus playas o el clima, Andalucía se ha posicionado históricamente como un destino de referencia en el turismo de paladar. Cuando de viajar se trata, la gastronomía gana cada vez más adeptos como parte de la experiencia y es un factor en la decisión de escoger un destino turístico. Ante este contexto, **Gonzalo Mateos**, CEO de Expansión y Estrategia MAD, analizará como la hostelería se convierte en un nuevo motor de la economía y dinamizador del turismo.

Pero no solo los sabores están atrayendo el paladar de los consumidores, sino que el diseño de espacios y la decoración también han de añadir valor a la oferta gastronómica. En este sentido, **Marcos Pérez** (Wow Concept), **Franco Costa** (Costa Group), **Omar Malpartida** (Maymanta Gran Hyatt) y **Natalia Lorca** (Lorca Studio) compartirán nuevos conceptos de restauración que ponen el foco en la importancia del entorno para maximizar las experiencias alrededor del plato.

Ahora bien, la hostelería no es la única que tiene que transformarse. El sector del retail también debe adaptarse a las cambiantes expectativas de los consumidores, enfocándose en la personalización, la integración de tecnologías digitales y especialmente, la sostenibilidad. Para ello, **Jose Mensah Lozano (Too Good To Go)**, **Ignacio Núñez (Garden Pizza)**, y **José Luís Espino (Restaurante Bevir\* en Las Palmas)** abordarán como fomentar la economía circular en la gastronomía a través de la gestión eficiente de residuos, el aprovechamiento integral de alimentos y la sostenibilidad en la cadena de suministro para minimizar el desperdicio y maximizar el uso de recursos.

### **FEDIS HORECA reúne a la distribución para hostelería en Auténtica**

En el marco de Auténtica tendrá lugar la jornada Empresas de Distribución del Sur de España, organizada por FEDIS HORECA, que contará con la participación de más de 100 empresas del sector de la distribución para hostelería como **Pascual-Qualiaza**, **SIH-Servicio Integral a Horeca**, **Asprodibe**, **VOLDIS**, **Sureña**, **Bmark**, **Bgrup**, **DDI**, entre otras. Esta jornada, que se celebrará el 17 de septiembre, contará con diferentes ponencias y mesas redondas para mostrar las mejores prácticas y retos en materia de sostenibilidad, innovación, digitalización y DUM.

---

**Sobre Auténtica Premium Food Fest (16-17 de septiembre 2024):** es un evento organizado por [NEBEXT](#), empresa especializada en eventos profesionales centrados en la innovación y en la transferencia tecnológica como [HIP – Horeca Profesional Expo](#) y [Food 4 Future – Expo Foodtech](#), en colaboración con la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía y de Fondos Europeos. Auténtica es una Expo y un Congreso anual

Auténtica es un evento de:

**NEBEXT**  
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS

en colaboración con:





para los principales actores de la cadena de valor de la industria de la alimentación y la gastronomía que buscan productos premium que mantengan un diálogo y consciencia social.

Auténtica es un evento de:

**NEBEXT**  
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS

en colaboración con:

