

IA y marketing gastronómico: el tándem para conquistar el paladar del nuevo consumidor

Los próximos 16 y 17 de septiembre, Auténtica 2024 acogerá en Sevilla una nueva edición del **Gastromarketing Forum**

Expertos y directivos de empresas como Glovo, grupo La Reina, Sushi Panda o gurús de la creatividad como Gonzalo Figari (Club de creativos de España) compartirán soluciones y estrategias para atraer y fidelizar a los clientes

Madrid, 11 de julio de 2024 – En los últimos años, el mundo de gastronomía ha experimentado una completa revolución, tanto en su concepto, como en su gestión. Ante la necesidad de potenciar la imagen de los negocios de restauración en el mundo digital y en un mercado cada vez más exigente, nace la disciplina del **Gastromarketing**, con el objetivo de implementar una estrategia de comunicación que atraiga a los nuevos clientes y fidelice a los ya existentes. [Auténtica Premium Food Fest](#), el evento dedicado a la alta gastronomía, la gran distribución y la industria alimentaria que tendrá lugar los próximos **16 y 17 de septiembre en Sevilla**, acogerá una nueva edición del **Gastromarketing Forum**, co-organizado junto a Aplus Gastromarketing. Un foro que reunirá a expertos referentes en el marketing y la gastronomía que ahondarán en las claves para potenciar la imagen de los negocios.

En esta línea, **Diego Olmedilla**, CEO de Aplus Gastromarketing y director de FACYRE, junto a **Pablo Bellenda**, Director de comunicación de Aplus Gastromarketing, analizarán en directo perfiles de negocios relacionados con la hostelería y la distribución para dar soluciones estratégicas. En esta nueva hostelería que se está configurando, la mujer está jugando un papel muy importante. Es por ello que el **Gastromarketing Forum** reunirá a **Xandra Luque**, Jefa de Cocina de la Clínica Navarra, y **Amanda Leite**, propietaria de una microtaberna donde prima la calidad de los vinos y la gastronomía en uno de los espacios más singulares de Madrid.

Más allá del paladar: conquistando al nuevo consumidor

Una de las premisas básicas de las que parte el **Gastromarketing** es la importancia de identificar cómo evolucionan los gustos del consumidor. En este sentido, el sector se enfrenta a un nuevo perfil de cliente, cada vez más exigente debido a la extensa oferta de la que dispone. Además, en la actualidad prima la búsqueda de la comodidad que le facilite su día a día a través de comida preparada y nuevas experiencias en sala que aporten algo más allá del aspecto gastronómico. Para abordar esta evolución, reconocidos expertos como **Jeremías García**, director regional de Glovo, o **María Sánchez Benítez**, directora de Sushi Panda, unirán su experiencia para abordar estas nuevas tendencias de cara a conquistar la ‘cuota de estómago’ del nuevo consumidor.

En un contexto de constante cambio, los profesionales del sector están reescribiendo las reglas. Así, en la búsqueda de conquistar al cliente, ya no vale con mostrar la parte visual de una propuesta gastronómica, hay que diferenciarse para conseguir ser el establecimiento del que todo el mundo habla. Para inspirar a los asistentes en la mejora de sus negocios, **Natalia Martín García**, directora de marketing del grupo La Reina, analizará distintos casos de éxitos de locales que han conseguido enamorar al cliente.

Auténtica es un evento de:

NEBEXT
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS

en colaboración con:



En la búsqueda de esta diferenciación, y como se dice que la música amansa a las fieras, el neurólogo y chef, **Miguel Sánchez Romera**, junto a **Jesús Gonzalo López Palmero**, profesor de transformación digital en las industrias culturales, aportarán su conocimiento sobre cómo maridar gastronomía y música, para elevar la experiencia del cliente.

IA, el ingrediente de moda en los locales de restauración

Además de acaparar la conversación social por las múltiples facilidades que ofrece en el día a día, tanto en el ámbito personal como en el profesional, la IA se ha afianzado en los negocios de restauración como una fuerte herramienta de desarrollo de negocio. En este sentido, **Reneiro Agüeira**, CEO y fundador de Controliza, ofrecerá un masterclass de estrategia y operativa de la restauración organizada. Durante la sesión, se analizará cómo en la actualidad se predicen las ventas, consumos, KPIs y ratios más importantes, a través de la IA y el Big Data.

Más allá de la predicción y consecución de objetivos, la IA tiene mucho que decir en lo que a la estrategia de comunicación de un local o grupo de restauración se refiere. Además de sus múltiples funcionalidades para crear contenido audiovisual, ofrece la posibilidad de acortar tiempos en la creación de notas de prensa, blogs o calendarios de redes sociales, entre otros. **Gabriel Celeste**, de Contents.com, ahondará sobre cómo puede la IA impulsar la imagen de una marca de restauración de la forma más eficiente.

Por su parte **Íñigo Aguilar** y **Guillermo Garrido**, los fundadores de Maramura Experiences, una empresa de Realidad Extendida que crea experiencias inmersivas para todo tipo de marcas, aportarán su conocimiento en la creación de la publicidad gastronómica más innovadora. Se han popularizado sus carteles en redes sociales o lonas publicitaria o con elementos o personajes en movimiento que están revolucionando el sector, y lo explicarán en una ponencia de lo más inspiradora sobre publicidad 3D y Street Marketing.

Del fast food, al slow and healthy food

Si hay algo que diferencia al nuevo consumidor es la tendencia generalizada del interés por una alimentación saludable. Se trata de una elección de menús más ligeros, con nuevos alimentos más sanos y que benefician al organismo del consumidor, especialmente en su día a día. El foco ya no se centra en el producto, ni el emplatado, sino la manera de elegir los productos para conseguir una oferta saludable. Ante esta nueva demanda de una sociedad cada vez más concienciada con la salud, el sector de la restauración debe emplear esfuerzos en conseguir ofrecer una "experiencia saludable" en todos los sentidos. Así, profesionales de la talla de **María Kindelán**, consultora estratégica y nutricionista, o **Gonzalo Figari Martín**, presidente del Club de Creativos, darán las claves sobre cómo un establecimiento puede diferenciarse en este sentido.

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 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 conciencia social.

Auténtica es un evento de:

NEBEXT
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS

en colaboración con:

