

La R-Evolución de la hamburguesa

Antes que esta tendencia fuera una realidad, ya había un sitio que nunca quiso subirse al carro fashion/gourmet, ¿Tio Joe (Vía Augusta, 9, cerca de Diagonal en Barcelona)?

Cansados de hamburgueserías fashion, gourmet y fastfood los foodies se enamoran de un nuevo concepto: la hamburguesería rústica.

Barcelona es una de las ciudades europeas con mayor número de hamburgueserías, una tendencia que continúa en aumento, con el continuo goteo de aperturas dedicadas al panecillo cárnico.

Además de la creatividad y la innovación, la que en su origen se ha considerado siempre comida rápida y poco saludable está dando un giro para acomodarse como una opción más dentro de lo que se considera alimentación saludable. La hamburguesa se ha convertido en un producto mucho más sano que en la década de los noventa y su público empieza a tener la conciencia más tranquila.

Desde hace un tiempo, se escuchan ciertas expresiones que cada vez resultan más familiares, como: carne de buey, carne ecológica, pan hecho a mano con masa madre, ingredientes Km0, y un largo etcétera de conceptos que muchos restaurantes utilizan de forma gratuita, como argumentos de marketing, sin profundizar realmente en el origen y la elaboración de lo que sirven. Por eso, muchas hamburgueserías, en la guerra por ser la mejor de Barcelona, utilizan conceptos muy comerciales pero que no se sostienen y distan mucho de la realidad.

A día de hoy, en plena digitalización, cuando lo que debería de potenciarse es la transparencia y la naturalidad, se sigue frivolizando en demasía y parece que sólo se desee que el Instagram luzca con buenas experiencias o fotos bonitas, aceptando cosas que no son del todo ciertas sin plantearse qué hay detrás de ese plato visualmente perfecto.

Frente a ello, las tendencias en gastronomía y alimentación de los últimos años indican que la alimentación estará basada en la recuperación del recetario antiguo pero con una pizca de innovación, sin olvidar el aumento, ya reflejado en las cartas, de la alimentación sana, el producto ecológico o de proximidad. Jordi Borrell, responsable de Innova Market Insight para el sur de Europa, afirmaba que "ahora los comensales se preocupan cada vez más del origen, del proceso y la elaboración sin importar tanto si tiene un aspecto gourmet. Está bien innovar pero no vale todo".

La demanda de platos tradicionales y elaboraciones artesanas no deja de crecer: "Quesos, dulces, mermeladas, mieles etc. y ha aparecido una nueva generación de restauradores que trabajan o están en contacto directo con los productores". Según Innova Market Insight, "la industria alimentaria también ha optado por acercarse a productores y consumidores colocando, por ejemplo, la foto de un agricultor

en una bolsa de patatas o en una botella de vino".

Ahora la gente ya no se conforma con platos bonitos y mucho marketing, quiere que le pregunten qué tal está, que le recomienden platos nuevos y de temporada, quiere trato humano, quiere sentirse especial, quiere sentirse como en casa y notar que a su anfitrión le importa su bienestar. Se puede pensar que se pide demasiado y que eso sólo se encuentra comiendo en familia pero no es así.

Antes que esta tendencia fuera una realidad, ya había un sitio que nunca quiso subirse al carro fashion/gourmet, ¿Tio Joe (Vía Augusta, 9, cerca de Diagonal en Barcelona)?.

Un restaurante que trae recuerdos, olores y sabores que jamás se hubieran podido imaginar encontrar en una hamburguesería, ¿y por qué? pues porque es una hamburguesería rústica; nada más entrar, su decoración hace viajar al agosto de 1987, a la casa del pueblo de los abuelos, lleno de balas de paja y cacharros de cuadra. No es un sitio antiguo, han sabido combinar muy bien la tradición y la actualidad. Si uno se considera rústico, natural, campechano y lo que importa es el origen, se debe saber que existen lugares donde sentirse cómodo. Se debe buscar en Google "hamburguesería rústica en Barcelona" y probar un sitio nuevo, con alma y que además de llenar el estómago, llegará al corazón.

Datos de contacto:

OPEN marketing directo y comunicación

645 768 490

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Gastronomía](#) [Cataluña](#) [Entretenimiento](#) [Restauración](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>