

**Tekst 4****RESTAURANTES DIFERENTES:  
The Parmentiers, It dogs y Mealsurfing**

Hay una nueva generación de *foodies* que ha transformado su pasión en su trabajo. Estos jóvenes tienen dos cosas en común: su pasión por la comida y su capacidad para crear tendencias. Lo que intentan es seducir a consumidores cosmopolitas que entienden de gastronomía, hartos de las mismas propuestas y que no quieren gastarse 200 euros en una cena en un restaurante de diseño. Hablamos con algunos de estos jóvenes sobre su éxito.

**(1) THE PARMENTIERS: Hoy, el chef viene a casa**

“Nos gusta definirnos como ‘soluciones gastronómicas’: cenas entre amigos, despedidas de soltero, reuniones familiares... Si no tienes tiempo o ganas de cocinar y quieres hacer algo distinto, ¡call *The Parmentiers!*”,  
5 cuenta Giuseppe Palo. Este chef siciliano se encarga de la parte gastronómica y su socio, Quique López, diseñador gráfico, de la parte artística. Juntos convierten tu casa en el mejor restaurante: “nos contactas, pensamos juntos un menú, compramos la materia prima, la llevamos a tu casa, cocinamos y te servimos la cena, recogemos todo y  
10 vuelves a llamarnos cuando quieras”. Las diferencias con chefs tradicionales son evidentes. “La comunicación con el cliente es más fluida, puede aprender técnicas nuevas, nuevos productos, cómo prepararlos y la presentación. Es una experiencia gastronómica distinta”.

**(2) IT DOGS: Los perritos más glamurosos**

15 “A mi marido y a mí nos gustan mucho las motos, y queríamos montar algo que pudiera combinar con esta pasión. La idea de un motocarro para vender *hotdogs* nos gustó enseguida, pero pensamos que, para que funcionara, necesitábamos antes un local que sirviera de base”, nos cuenta Lupe sobre el nacimiento, hace justo un año, de It Dogs. Lupe  
20 había creado una tienda de decoración que cerró por la crisis. “No es el momento de la decoración, vale, pero ¿de qué es el momento?, me preguntaba. Y pensé en la comida económica, pero sin el concepto de comida basura. Nuestros perritos son glamurosos (carne 100% sin gluten y pan artesano), pero a buen precio. Se trata de que la gente coma un  
25 perrito no porque sea barato, que también, sino porque está rico”.

**(3) MEALSURFING: Cenar en casa ajena**

En Estados Unidos tienen mucho éxito las páginas web que ponen en contacto a personas que ofrecen su cocina con otras que buscan una alternativa a los restaurantes. Entre los primeros, Iñigo y María, que,  
30 desde hace medio año, ofrecen su menú. “Nos apetecía la experiencia y ganar un dinero”, cuentan. Cenar en casa de otras personas da sus primeros pasos en España, pero Iñigo lo tiene claro: “Creo que va a tener éxito. Nuestro carácter es muy de bienvenida y eso ayuda”. Lo de dejar entrar a extraños en casa no les 15. “¿Miedo? Ninguno. Estas  
35 plataformas tienen más controlados a sus usuarios que cualquier otro negocio: documentación, datos bancarios, etc.”, explica Iñigo.

*adaptado de: www.mujerhoy.com, 14-12-2015*

## Tekst 4

- Lee la introducción.
- 1p 10 ¿A quiénes se refieren las palabras “consumidores cosmopolitas”?  
Se refieren a
- A los clientes objetivo de los nuevos negocios gastronómicos.
  - B los críticos que evalúan los nuevos restaurantes urbanos.
  - C los *foodies* que escriben blogs sobre alimentos de moda.
  - D los jóvenes que ganan mucho dinero en el mundo culinario.
- Lees alinea 1.
- 2p 11 Geef van elk van de volgende handelingen aan of The Parmentiers deze wel of niet uitvoeren als ze bij een klant een diner verzorgen.
- 1 Ze nodigen de gasten van de klant uit.
  - 2 Ze bedenken samen met de klant het menu.
  - 3 Ze doen de boodschappen voor het diner.
  - 4 Ze ruimen na afloop van het diner alles op.
- Noteer ‘wel’ of ‘niet’ achter de nummers op het antwoordblad.
- The Parmentiers komen bij jou thuis koken.
- 1p 12 Kun je ook iets van ze leren?  
Zo ja, schrijf de eerste twee Spaanse woorden op van de zin waarin dat staat. Zo nee, schrijf op ‘nee’.
- Lee el párrafo 2.
- 1p 13 ¿Cómo nació la idea de Lupe y su marido de vender *hotdogs*?
- A Buscaban un negocio que tuviera relación con su afición.
  - B No les gustaban los *hotdogs* que se vendían en la calle.
  - C Pensaban que vendiendo *hotdogs* podrían ganar dinero fácilmente.
- 1p 14 ¿Qué cuenta el párrafo 3 de Iñigo y María?
- A Abrieron un restaurante familiar en Estados Unidos.
  - B Alquilan su cocina a otras personas para organizar cenas.
  - C Crearon el sitio web de *Mealsurfing* en España.
  - D Reciben a desconocidos a comer en su casa.
- 1p 15 ¿Qué palabra falta en la línea 34?
- A asusta
  - B gusta
  - C interesa
- 1p 16 ¿Cuál es el objetivo de este texto?
- A cuestionar una nueva tendencia
  - B describir una nueva tendencia
  - C quejarse de una nueva tendencia
  - D ridiculizar una nueva tendencia