

Medio: Revista trimestral

Sección: Gastronomía

Espacio: 357 cm²

EXCELENTE[e]
Septiembre – Octubre 2009

Audiencia:

Difusión:

Valor Publicitario: 2.850 €



LOS MAESTROS DE LA GASTRONOMÍA COMBINAN LOS FOGONES CON LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

La gestión entra en la cocina

SON GRANDES MAESTROS DE LA COCINA, INSTITUCIONES QUE HAN SENTADO CÁTEDRA EN EL MUNDO CULINARIO COMBINANDO TEXTURAS Y SABORES, HACIENDO DE LOS AROMAS Y LAS TEMPERATURAS SU BRAZO ARMADO PARA NO DEJAR DE SORPRENDER A UN PÚBLICO CADA VEZ MÁS EXIGENTE. PERO TAMBIÉN SON UNOS MAESTROS DE LOS NÚMEROS: DAN DE COMER A ENTRE 8.000 Y 14.000 PERSONAS AL AÑO, SUS MENÚS VAN DE 90 A 190 EUROS Y SUS FACTURACIONES OSCILAN ENTRE 1,2 Y 2,2 MILLONES DE EUROS, SEGÚN LAS CIFRAS QUE MANEJAN LOS DENOMINADOS *GASTROEMPRESARIOS*.

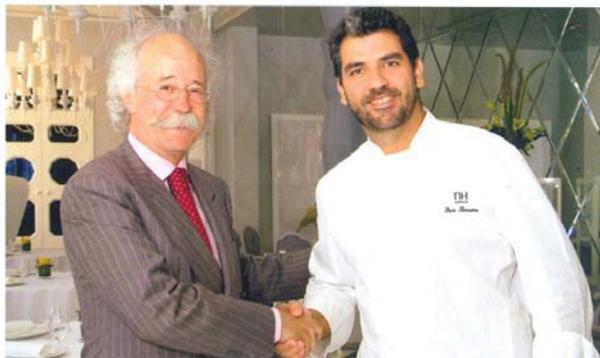
Por Susana Carrizosa

Los cocineros son ahora, más que nunca, verdaderos ejecutivos, tienen empresas que buscan rentabilidad, generan empleo e investigan a diario con el afán de mantenerse y crecer. Básicamente, son alumnos aventajados en la gestión hostelera. Así se ha impuesto la figura del cocinero-empresario, aquel que sin dejar los fogones se ha visto obligado a inventar fórmulas empresariales nuevas. "Se ha pasado del negocio tipo Zalacaín, donde la cocina era independiente de la gestión, a un modelo de cocinero-empresario en el que el restaurante genera una marca y los ingresos provienen de la actividad que se crea alrededor de ésta: editorial, conferencias, diseño de catering para otras empresas, producción televisiva... No obstante, los restaurantes padecen en estos tiempos una caída de la demanda, especialmente aquellos cuya facturación dependía de la buena marcha de las empresas, dado que muchas han recortado el uso de las tarjetas a sus ejecutivos. Con los mismos gastos, los restaurantes han registrado así un descenso de las ventas del 10% en España, una cifra que llega al 20% ó 30% en los restaurantes que aparecen en las guías, que son actualmente 1.500 en nuestro país", puntualiza José Luis Guerra, adjunto a la presidencia de la Federación Española de Hostelería.

Las opciones son muchas, y ellos, los cocineros primero y los empresarios después, han estudiado las mejores soluciones para

mantenerse firmes y continuar haciéndolo. Alianzas, socios, capital internacional o salidas a Bolsa, como hiciera por primera vez el gurú de la cocina francesa Bernard Loiseau, son algunas de las alternativas. Los cocineros se han colocado a la cabeza de sus gastrosociedades como auténticos

líderes empresariales, apostando por las habilidades directivas y las herramientas para retar a la crisis con nuevos modelos de negocio. "Nuestra opción fue buscar alianzas y acuerdos con otros segmentos de mercado", señala Juan Ramón Aparicio, director del restaurante Barroque, que ha



PACO RONCERO UNE SU IMAGEN AL CONSORCIO DE JABUGO. Consorcio de Jabugo y el chef madrileño Paco Roncero han firmado un acuerdo para la difusión de la marca Premium SierraMayor de Jabugo y del conjunto de sus productos. De esta manera, la firma andaluza vincula la imagen de su gama más exquisita al alumno más aventajado de Ferrán Adrià. Roncero se une así a la lujosa lista de chefs que avalan esta marca, como Juan Mari Arzak, Joan Roca, Xavier Peller, Dani García y Carles Gaig. Además, Paco Roncero, como jefe de cocina de La Terraza del Casino, de Madrid, guardará un espacio en su carta para platos elaborados con los productos SierraMayor de Jabugo, e incluso ya medita elaborar con ellos productos de quinta gama para el gran público. Roncero define las piezas de cerdo ibérico, tanto las frescas como las curadas, como "una incitación al placer". Y del Consorcio de Jabugo subraya que "sé cómo trabajan, porque lo he visto; sé cómo miman a los marranos desde que nacen, y sé cómo curan y maduran de forma insólitamente artesana".