

BUEN SABOR DE BOCA

Por **Cristina Cunchillos**

El *catering* es esencial en el éxito de cualquier evento y su planificación no debe ser tomada a la ligera ni figurar entre las últimas decisiones. En muchas ocasiones genera incluso el recuerdo más duradero, sobre todo si no ha sido bueno o provoca algún tipo de intoxicación.

Los organizadores de eventos saben bien que la buena comida despierta pasiones. Como la mala levanta odios. En los cuestionarios de evaluación posteriores a los eventos la opinión sobre el *catering* suele protagonizar los comentarios: "la comida fue fabulosa", "no había suficientes opciones para los vegetarianos"... Hoy como ayer, se conquista por el estómago.

Por eso elegir el *catering* para un evento no es una tarea fácil. Quién se encargará de dar de comer a los asistentes no forma muchas veces parte de las decisiones que el organizador debe tomar ya que muchos *venues* trabajan en exclusividad con sus propios cocineros o con terceros. Esto facilita la elección del cliente, dejándole tiempo para analizar otros factores que tener en cuenta.

¿Bufé, canapés o menú?

Las opciones de *catering* son casi ilimitadas y no existe una fórmula perfecta. La elección del tipo de servicio dependerá de factores como el número de invitados, el formato del evento y, sobre todo, del presupuesto del cliente final.

Si se trata de potenciar el *networking*, será preferible un ambiente informal en el que los invitados estén de pie y los camareros circulen con canapés, tapas o pequeños platos. Pero si se va a someter a la audiencia a una larga presentación, es mejor que estén sentados. Para deleitar a un grupo selecto, nada como una comida íntima con menú completo durante la que charlar en un ambiente sin ruido.

Hay que pensar en lo que es práctico y tener en cuenta el pudor de los comensales. En una recepción en la que el público está de pie o comparte mesas pequeñas no tiene sentido ofrecer un plato que requiera cuchillo y tenedor. Un plato de mariscos puede dar buena impresión, pero a algunos puede intimidar comer ciertas piezas por temor a salpicar al vecino.

El momento de comer

Decidir el mejor momento de servir la comida conlleva un análisis detallado del evento. Demasiado pronto, cuando tal vez no han llegado todos los invitados, los que están no tienen hambre o no han tenido tiempo de saludarse, no es buena idea.

Demasiado tarde, cuando el anfitrión se puede encontrar con un grupo hambriento que no presta atención a lo que dice por estar más preocupado de llevarse algo a la boca, puede resultar catastrófico. Lo más habitual es servir algún tipo de aperitivo mientras llegan los convocados.

Se debe evitar el error de servir la comida justo antes de un discurso o presentación. Por educación, los invitados no probarán bocado mientras dure y, dependiendo de lo pedido, se puede echar a perder.

Por último, hay que tener en cuenta las costumbres locales, sobre todo cuando se organiza un evento en el extranjero: una delegación española puede estar acostumbrada a cenas que se alargan hasta la medianoche, pero no es lo común a nivel internacional. No sólo hay que tener en cuenta los horarios de los proveedores, sino informarse sobre las costumbres de las personas invitadas de tal modo que se elija una franja adecuada para la mayoría.

La comida como reclamo

No se trata solamente de alimentar a los invitados. El *catering* puede también funcionar como incentivo en la convocatoria y ser el factor por el que el invitado decida o no asistir.

Es importante resaltar de antemano la supervisión como cocinero de un evento por parte de un *chef* reconocido.

Otra opción más allá del *catering* es elegir como sede del acto un restaurante de moda o de afamada cocina. Los invitados no dejarán pasar la ocasión de poder probar platos que de otro modo no se podrían permitir o donde les resultaría imposible conseguir mesa.

No se trata sólo de alimentar a los invitados: el *catering* puede ser el motivo para asistir al evento

Experiencias gastronómicas

La comida puede ser el evento en sí. Los programas de cocina están de moda en las televisiones de todo el mundo, por eso los *show cooking* o demostraciones de cocina en las que los invitados pueden ver a cocineros expertos preparar diferentes platos son cada vez más populares.

También se puede involucrar a los propios invitados en la preparación de la comida. Un taller de cocina en el que los asistentes preparan el menú puede convertirse en algo divertido y memorable así como la excusa perfecta para establecer nuevos contactos. Este tipo de evento es muy del gusto de los *millennials*, más interesados en vivir experiencias que puedan reproducir en sus propias casas.

Comida para todos... y más

A la hora de planificar la comida de un evento es vital tener en cuenta los requisitos alimentarios de los convidados. Hoy en día la lista de consideraciones parece ser interminable pero no por ello debe ser recortada: vegetariano, vegano, celiaco, con intolerancia a la lactosa, alérgico a los frutos secos o a algún otro producto... cualquier invitado es



susceptible de marcar cualquiera de las casillas así que todas deben estar presentes. Sin olvidar que en el caso de algunas alergias e intolerancias se trata de algo muy serio que puede poner en riesgo la salud del asistente.

Aunque antes era un aspecto al que apenas se le daba importancia, la mayor concienciación sobre este tipo de restricciones por parte de los propios consumidores es una realidad que no se puede ignorar. Igualmente se deben respetar las sensibilidades culturales y religiosas: ofrecer una degustación de embutidos ibéricos en un evento con mayoría musulmana conlleva demostrar que no se ha prestado ninguna atención al público asistente.

Es importante que el menú elegido disponga de diferentes alternativas que sean aceptables para estos grupos. Es decir, no sólo tiene que haber comida para todos en cantidad, también en variedad. Calcular el volumen de comida y bebida necesarios en un evento es una de las tareas más difíciles del

event planner. El consenso apunta a que “es mejor que sobre que no que falte”, pero sin desperdiciar mercancías y dinero. No obstante, siempre hay gente que cancela su asistencia en el último momento y platos que no resultan tan populares como se esperaba, dejando al anfitrión con una cantidad indeseable de restos comestibles.

Cantidades responsables

No se trata solamente de evitar el derroche, sino de no tirar alimentos que podrían ser valiosos para otras personas. Por eso cada vez son más las empresas de *catering* que ofrecen opciones para no desperdiciar los restos, por ejemplo donándolos a bancos de comida. En América existe incluso una nueva *app*, Copia, que desde el año pasado conecta a las empresas con organizaciones locales que pueden distribuir la comida sobrante a los más necesitados.

Los anfitriones pueden cumplir con su política de responsabilidad social, además de impresionar a sus invitados dejándoles un buen sabor de boca.



¿Qué está de moda en el catering para eventos?

Hoy en día el *catering* es más que una oferta de restauración, debe servir para hacer vivir a los comensales experiencias inolvidables, ofreciendo una restauración cuidada, una gran puesta en escena y un servicio impecable. En los últimos años, los clientes están buscando formatos sugerentes tales como estaciones de champán y ostras, *sushi*, catas de vinos o una clase maestra de cocina.

¿Cómo ve el catering del futuro?

Las novedades y principales mejoras que estamos viendo van dirigidas hacia la cocina en vivo, sobre todo con productos de estación y ecológicos y la fusión entre cocinas internacionales. En cuanto a los formatos, los *food trucks* o furgones-restaurante y la originalidad en las mesas de dulces están marcando tendencia. Trabajamos también demandas muy originales: un cliente nos pidió adecuar la comida a la reproducción de una obra de arte, intentando seguir fielmente los matices del cuadro tanto a nivel de restauración como de productos. Fue un éxito y desde entonces hemos desarrollado este tipo de formato en más de una ocasión.

¿Qué es lo más importante a la hora de planificar la comida de un evento?

Es esencial la comunicación entre el cliente y nuestro equipo. El anfitrión debe transmitir toda la información posible en relación al evento, destacando puntos como el porcentaje entre mujeres y hombres presentes, la edad media de los asistentes, la nacionalidad de los mismos, la tipología del invitado (si es un público corporativo o se trata de un acto social...), etc. Nuestra labor es escuchar al cliente para comprender sus necesidades y lo que está buscando.

Con toda la información que nos proporciona, le asesoramos y aportamos ideas para que su evento se convierta en algo que todos recordarán muy positivamente. A nivel interno, es muy importante que todo el equipo que participa en el evento esté en sintonía con lo acordado entre el cliente y el equipo comercial: es el secreto para poder organizar con mucho mimo los detalles de sala, cocina y logística.

Entrevista

Ángel Lorenzo

Director de Desarrollo de Negocio en España de Sodexo

“El catering debe hacer vivir a los comensales experiencias inolvidables”



230 millones de dólares en negocios generados



55% de compradores invitados son directivos de asociaciones



3.381 reuniones de negocios



www.fiexpolatinoamerica.com



@fiexpolatam

Fiexpo Latinoamérica

