



# ¿A QUÉ SABE LA ESTANDARIZACIÓN EN EL CATERING?

*El fin de la homogeneización de platos en este segmento de negocio rebasa las tareas de armar menús uniformes o calcular ingredientes para normalizar precios o tiempos, y guarda un alcance más integral del que se cree. Expertos en el negocio —consultor, proveedor y empresarios—, comparten, más que ‘fórmulas’ de rentabilidad, sus estrategias para mejorar este proceso.*

**POR: ANA MARÍA PINZÓN**

PERIODISTA DIGITAL EN AXIOMA B2B MARKETING

**La respuesta a la pregunta** del millón de cómo garantizar un retorno a la inversión positivo en su negocio de catering no se cumple automáticamente si hay una relación sostenible entre ingresos e inversión, o solo con buenas prácticas financieras: la estandarización de recetas es una labor fundamental para llegar a esa meta, y es efectiva cuando también se piensa en función de la calidad de la materia prima, el personal y la ‘personalidad’ del negocio. Esa es la conclusión al conocer los comentarios que compartieron para los lectores de Revista La Barra Germán De Bonis, chef argentino y consultor experto en administración gastronómica y negocios de catering; Gabriel Vásquez, chef ejecutivo en Colombia de Unilever, compañía proveedora de insumos de alimentos, y Adán Bustos y Noel Ramírez, ejecutivos de la línea de catering de Grupo Takami.

La eficacia en tiempos de producción de las preparaciones y el registro de costos para establecer los precios del servicio de catering son algunos de los factores capitales en los que incide la estandarización de recetas. Al ser un negocio de alto volumen implica agilidad en tiempos: “El tiempo es dinero, y a la fórmula final de la rentabilidad la va a afectar siempre en forma directa”, señala De Bonis. Por otro lado,



en referencia a los costos, la planificación estándar de recetas puede generar efectos positivos como el aprovechamiento de insumos y la minimización de mermas, o negativos como en el racionamiento desequilibrado de los ingredientes que “ocurre porque, al no haber una receta estandarizada, hoy a un plato le ponemos una cantidad ‘x’ de carne de ave, y en el siguiente evento le ponemos otra cantidad diferente, y cuando tenemos un tercer evento la cantidad va a volver a ser diferente”, explica el experto en catering.

## EL EXPERTO RECOMIENDA

“Es importante entender que la estandarización se aplica no solo a las recetas, sino a toda las áreas. Podemos estandarizar procesos de salón, procesos de servicio, procesos de atención al comensal”.

**Germán De Bonis,**  
consultor experto en administración gastronómica y negocios de catering



CONOCE LA **NUEVA**



SERVILLETA Y  
DISPENSADOR  
**Premium  
PLUS**

**SOLO UNA  
ES SUFICIENTE**

Una nueva servilleta

**HOJA DOBLE  
MÁS GRUESA  
Y ABSORBENTE**

*\*frente a Servilleta Plus*

Con  
ventana  
publicitaria

**Sistema de dispensado 1 a 1**

Controla el consumo evitando que los usuarios tomen varias servilletas a la vez, esto quiere decir mayor


**Rendimiento e Higiene**

Infórmate más sobre nuestros nuevos productos en [WWW.FAMILIAINSTITUCIONAL.COM](http://WWW.FAMILIAINSTITUCIONAL.COM)




**PALLOMARO**

Desde 1962



Es una empresa con experiencia en diseño y dotación de equipos industriales de cocina a nivel Nacional.

*Tenemos la mejor variedad al precio justo!*



**BAKERTOP DE UNOX**

**EL HORNO QUE NECESITA SU PANADERÍA Y PASTELERÍA**

- Productos con un dorado uniforme.
- Su inyección de vapor controlada le permite hornear panes de corteza dura.
- Almacenamiento de programas.
- Control de velocidad de turbina.
- Panel táctil amigable con el operario.
- Sistema de automatización.
- Termómetro para control interno del producto.

\*Pregunte por los beneficios a nuestra red de consultores a nivel Nacional

PARA MAYOR INFORMACIÓN  
[www.pallomaro.com](http://www.pallomaro.com)

Facebook: @pallomaro Inversión Instagram: @pallomaro Juan Pallomaro



**EL PROVEEDOR LO INVITA**

“Nosotros como compañía siempre vamos a lograr que el cliente esté contento, feliz y que pueda liberarse de muchos procesos que muchas veces se vuelven un tema rutinario y complicado del día a día”: Gabriel Vásquez, chef ejecutivo en Unilever en Colombia.

Pero a la destreza administrativa hay que sumarle habilidades como la de gestión e, indiscutiblemente, la de innovación. Bajo el punto de vista de De Bonis debe ser un proceso holístico: “Cuando uno empieza a trabajar en un proceso de estandarización, el proceso es integral. Se tiene que trabajar en todo”, desde la medición de cantidades, hasta el análisis de la calidad, “de esa forma vamos a ir ajustando esta máquina para que nuestra rentabilidad y el rendimiento de todo lo que tenemos sea mejor y no haya tanto desperdicio”, apunta el experto

**ESTRATEGIAS MÁS ALLÁ DE LOS NÚMEROS**

El chef ejecutivo en Colombia de Unilever, Gabriel Vásquez, coincide en que, además de calcular la cantidad de materia prima, otro de los factores que se unen al proceso de estandarización de recetas es el de parámetros de calidad de los productos, lo cual significa que la escogencia de los proveedores debe estar fundamentado en criterios claros; en ocasiones las decisiones apresuradas de compra de insumos se dan por la falta de conocimiento de los ingredientes y se basan en criterios de “menor costo, sin involucrar calidad, rendimiento, si siempre son la misma descendencia (origen) en cuanto a la forma en cómo se producen, como se empaacan, como se distribuyen”, indica Vásquez.

Por otra parte esto lo entiende y aplica Grupo Takami, sociedad empresarial — ganadora en la categoría de Mejor Empresario Gastronómico en la última gala de Premios La Barra - Elite Professional 2019, Para esta empresa la capacitación y la búsqueda de proveedores funcionan

como principios diferenciales en sus líneas de negocio.

Según Noel Ramírez, gerente de Marca de Grupo Takami, en su servicio de catering “la elección de proveedores no está exclusivamente centrada en la rentabilidad”. Esta idea se corrobora con su proyecto ‘En Busca del Mejor Ingrediente’, una iniciativa de la compañía (que se aplica transversalmente en todas sus marcas de servicio gastronómico) cuya tarea es valorar y servirse de los productos orgánicos cultivados por pequeños o medianos agricultores con base en criterios de calidad y sostenibilidad. Ramírez enfatiza: “Esos dos criterios no necesariamente contribuyen a una mejor rentabilidad, al contrario, hay preparaciones en las que quieres poner esos ingredientes pero tiene flujos de consumo no tan buenos”, sin desconocer el compromiso de rentabilidad porque “al final vas a cobrar lo justo por la calidad que estás entregando. Si es un producto de muy buena calidad eso inevitablemente fija el precio”.

---

*Las decisiones apresuradas de compra de insumos se dan por la falta de conocimiento de los ingredientes y se basan en criterios de menor costo.*

---

Adán Bustos, chef ejecutivo de Osaki y encargado de dirección culinaria de catering en Takami, complementa lo dicho por Ramírez, y resalta que el hecho de priorizar unos factores sobre otros abre espacio para crear nuevas variables medibles: “Eso va un poco en contra a lo que pueden estar haciendo en el mercado porque en muchos casos se está buscando lo comercial (...) y ahí nos obliga a buscar las eficiencias en otro tipo de costos, hacer más eficientes los rendimientos en mano de obra, en transporte, en logística. Nunca estamos persiguiendo exigencias de rentabilidad sacrificando calidad”.

### **SÍ HAY UNA FÓRMULA IDEAL: LA DE PRUEBA Y ERROR**

Sin duda, el terreno más representativo de los negocios de catering es la cocina, donde se pone a prueba de fuego la calidad de los productos, los tiempos de producción. Allí se cometen errores frecuentes en el armado y preparación de recetas que, para Vásquez, “más que un error es una oportunidad de mejora” y en la estanda-

### **EL EMPRESARIO LE SUGIERE**

Noel Ramírez, de Grupo Takami dice: “Saber decir que no; por más de que el cliente quiera algo y ese ‘algo’ vaya en contra del éxito del evento se tiene que explicar por qué eso no va a funcionar”. Por su parte, Adán Bustos, chef ejecutivo del grupo de restaurantes de Takami manifiesta que en los negocios de catering “se trata de ponerte al servicio de esa persona (el cliente) para que las cosas le salgan bien. En un restaurante las experiencias pueden ser un poco más sutiles, tienes la oportunidad de decirle al comensal: “Vuelva. Qué pena, las cosas hoy no salieron de la mejor manera”, pero en un evento no va a tener una segunda oportunidad para corregir la experiencia”.



rización “incluye todo el proceso con personas y el flujo dinámico que haya dentro de la cocina para poder implementar una estandarización perfecta que ofrezca experiencias, sabor y se vea reflejado en ahorro”.

De Bonis, a su turno, manifiesta que en situaciones en las que presentan desajustes en el armado de menús hay que detenerse y pensar: “bueno, qué es lo que tenemos que corregir” y el paso a seguir es elaborar un ‘manual de recetas’, como lo llama, que funcionará como una guía de operaciones. Y es que construir un sistema efectivo de estandarización de recetas no es tan simple o, dicho de otro modo, no se queda únicamente en la ejecución que se le da en la cocina, sino que hay más agentes partícipes, como lo asegura De Bonis. Para él las áreas de administración, de almacenamiento, de ventas van a tener que unirse como un engranaje. Lo anterior es justo lo que ha hecho Grupo Takami, planificar el proceso de estandarización les ha permitido ajustar las recetas para luego elaborar manuales de preparación y transmitidos en espacios de capacitación que reciben todos los equipos, en las que participan jefes de cocina y cocineros. A su manera, la línea de catering del grupo también ha seguido ese camino integral en la estandarización de recetas, creando un área de Operaciones encargada de alinear las divisiones de logística, cuentas, producción y generar así una central de costos para cada evento, explica Adán Bustos.

Los logros de Takami han sido “a través de la experiencia y del error”, comentan los ejecutivos. “Esto no se construye de la noche a la mañana”. ¿Cuál es la fórmula que usted aplica en su negocio de catering en búsqueda de la rentabilidad? ■■