

¿Cómo pueden vender lo que no saben? Reflexiones y observaciones como cliente...

Cuando uno se sienta a la mesa de un restaurante hoy pueden suceder extrañas situaciones que inesperadamente dejan atónito a más de un cliente que pueden ir desde la deformación de los ingredientes de las recetas más clásicas del mundo –eso si denominando en la carta al plato con el mismo nombre que en París, Roma o New York pero lógicamente además realizado de otra manera... te desconcierta como ni el mozo ni el cocinero están al tanto del pequeño error...y uno a veces se entera de los cambios del “chef” cuando ya el plato está frente a tus ojos o no existe en el país de la carne un acuerdo para el punto de la cocción de la carne ...cada mozo y cada barrillero tiene su interpretación de esos.

Y eso es exclusivamente un tema nacional. Venimos como sociedad manteniendo el equilibrio dentro de una montaña de desconocimiento general que nos va llevando sin falta a un final confuso y cierto que Disépolo pronosticó hace ya mucho tiempo...

*Todo es igual; nada es mejor;
lo mismo un burro que un gran profesor....*

¿Cómo **un manager** puede transmitir, enseñar y recomendar a los jóvenes camareros sobre vinos si no conoce de cepas?

¿Cómo venderemos un banquete si no sabemos reconocer las emociones y expectativas de alguien que contrata un casamiento?

¿Cómo podremos improvisar si no tenemos el conocimiento?

No improvisa el que quiere sino el que sabe.

Los camareros de hoy (unos por la edad y otros por el dinero) no tuvieron tiempo de ser “clientes”, mucho menos han consumido en “el estilo” de lugares donde trabajan, entonces...

¿Cómo pueden vender lo que no saben? ¿Cómo pueden saber lo que necesita un cliente?

Este estilo de servicio, ese personal del "**no conocimiento**" lo podemos encontrar en la mayoría de los restaurantes que hoy ofertan gastronomía en Buenos Aires.

Este defecto opaca a más de un cocinero.

Desde ya que hay algunos muy buenos restaurantes en la amabilidad del servicio, en el conocimiento de lo que venden, en la calidad de la comida se nota que existe la profesionalidad y la idoneidad atrás de esos lugares...gracias a Dios.

La pregunta del millón es:

¿Cómo era en otras épocas?

¿Cómo hacían antes los mozos para vender?

¿Porque los mozos de antes sabían recomendar que comer a los clientes?

¿Qué los motivaba?

¿El saber?

¿El ser curioso?

¿La propina?

¿La comisión?

¿Es probable y posible que los clientes de esa época no fueran tan exigentes como lo pueden ser ahora?

Los nuevos clientes de los restaurantes - los que se han subido al tren y están acompañando al crecimiento de la gastronomía de las dos últimas décadas en Buenos Aires...

¿Serán más exigentes?

Noto que los argentinos van aprendiendo de a poco, muy de a poco, a comer... hoy se están más atentos

Esta última camada de clientes ha salido, ha viajado, ha comparado y tiene mucho más elementos de juicio que los clientes de los años 50, 60y 70 que aun no viajaban en manada...

Hoy nuestro cliente- la mayoría en Buenos Aires- ya ha salido de la ensalada rusa y la mixta como única variedad de ensalada.

Ahora conocen la Cesar salad... gracias a los americanos.

¿Qué sucedía entonces en otras épocas...?

La “**nueva era gastronómica**” en Buenos Aires - la contemporánea en Buenos Aires - se inicia con el advenimiento del primer restaurante del Gato Dumas allá por los años 60...

.....“La Chimere”,

Este impactante restaurante estaba ubicado en la recoleta de la Biela en la calle Junín... lo que **hoy es Clarks**

Fue tan bien recibido por la clase media y alta joven que explotó de éxito

Estos encontraron algo diferente en Buenos Aires.

Una juventud que tenía más experiencia en bodegones y otro estilo de restaurantes que lo que vino.

El éxito de La Chimere confirmó la necesidad de tener un lugar distinto, donde comer diferente, donde enamorar... donde pasar una agradable noche.

Los clientes encontraron todo eso: una comida distinta y sabrosa... con una atención pintoresca, una vajilla de cerámica decorada por distintos artistas plásticos - que hoy inclusive- es envidiable, y no era barato, no era caro estaba ahí... justo.

Los muy jóvenes no podían invitar seguido, pero bien que lo deseaban Sabemos por referencias que los únicos gastronómicos que estuvieron dispuestos a atendernos desde principio de siglo, a darnos servicios, en sacrificar horas y horas tras un mostrador por nosotros - los clientes locales- no son otros que los que cariñosamente los argentinos llamamos “Gallegos”- a estos mi homenaje.

Hemos denominado a los trabajadores incansables de esa etapa:

“Gallegos clase” A”.

Con el correr del tiempo y hasta la actualidad dominan esta gastronomía quienes heredaron la gastronomía hoy los llamo

“Gallegos clase” B’,

Que lejos están de sus antecesores... ’

Estos precursores de la gastronomía fueron aquellos que atendían - además de la clase media- - a **la clase “alta” Argentina...**

(Que hoy algunos sabemos que esta clase no sabían tanto de calidad de comida como imaginábamos, pero reconozco que sabían mas que otras clases)

Estos personajes eran quienes atendían los restaurantes y banquetes de los clubes sociales el **Jockey Club**, las grandes convenciones, los grandes banquetes, los restaurantes de los grandes hoteles.

Los **“Gallegos”** eran **los Capitanes de la gastronomía.....**
y que bien que lo hicieron.

*En otrora y otra gastronomía mas en comida arribaron y aportaron los llamados **“Tanos”** que este termino proviene de **“Napolitanos”**, que de esa zona fue la mayor inmigración que arribo al puerto nuestro.*

Llegaron trayendo sus encantadoras cantinas con su pasta y su deliciosa pizza.

Estas tenían otro carácter, otro sabor... otro color

¿Entonces?...los gallegos ¿ cómo sabían lo que le gustaba a los clientes?

Ellos estaban siempre abastecido de productos que nunca había ni probado, pero sabían que debían tenerlos en la oferta (*)

No sería porque eran clientes de esos restaurantes o consumían lo que ofrecían en esos establecimientos, sin embargo "sabían y conocían" los gustos y antojos de todas las clases sociales... ?

¿Cómo sabían?

¿Porque sabían?

Nos preguntamos...

¿Porque los mozos y muchos dueños hoy no saben lo mismo? _

(*) Partagas, Montecristo, habanos cubanos siempre había en los buenos restaurantes.

La langosta, el caviar, los diferentes salmones ahumados, arenque, angula, anguilas... el Scotch whisky, armagnac, excelentes coñac's, buenos champagnes franceses, etc.

Estos productos **siempre** estaban en la oferta era lo que se consumía...

Esta estirpe gastronómica estaba muy lejos de la gastronomía que le seguía en la misma época -me refiero a los bodegones, los cafés bares etc.- lejos en suntuosidad pero no en sabores.

Los bodegones hoy siguen siendo buenos en sabores.

Los años 30 hasta los 60.

Nacen en esta última década un nuevo estilo de "Restaurantes", La Chimere, La Tasca de los Cuchilleros, el Repecho de San Telmo... En la costa parecen propuestas como las de Da"Fabri (italiano) en Gessel o Peloncha con El Gato que pesca (Argentina) y Atelier (Húngaros de clase alta) ambos en Pinamar, estos eran lugares diferentes que también marcaron época en la comida sabrosa y distinta.

Au bec fin, La Cacerole (eran franceses originalmente) El Tropezón, Pedemonte estos ya existían.

Atrás del Gato Dumas aparecen los **neogastronómicos**, que con el transcurrir de los años hoy son mayoría... han superado en cantidad a los gallegos pero no en perseverancia

Estos restaurantes comienzan a competir con los famosos de los Hoteles... El Grill del Alvear, el Grill del Plaza, el famoso Restaurante del Hotel Claridge, y otros.

Los mozos de antes no eran tampoco clientes de los lugares que atendían.
¿o si?

¿Entonces?

¿Cómo sabían?

¿Porque eran mejores profesionales?

¿Eran más curiosos?

¿Los patrones transmitían con más precisión lo que un cliente necesitaba?

¿Tenia más amor propio?

¿Eran orgullosos de su oficio?

Es evidente que la transición que esta ocurriendo en el mercado el pase o reemplazo (poco a poco) de un estilo de mozos a otro hasta nuestros días no esta siendo buena...

Los mozos antiguos –los que quedan- no sé porque razón están muy malhumorados (serán tantos años en lo mismo) y a los nuevos camareros ya se les acabo el tiempo de perdonarlos.

Ya hace unos años que los jóvenes están dando vueltas en la gastronomía, comenzaron siendo torpes pero simpáticos, antes era porque no sabían, eran nuevos en el oficio, todo se le perdonaba Casualmente esos beneficios lo obtuvieron debido que los cliente no se bancaban mas el malhumor de los profesionales, ante esta situación se dispuso a aceptar el desconocimiento de los nuevos jóvenes que prefirieron a cambio una sonrisa que la eficiencia de los clásicos mozos Estos novedosos mozos eran jóvenes, eran simpáticos Pero hoy dejaron de ser novedad... ahora en el 2002 el cliente no le esta perdonando la ineficiencia aunque se sonría...

Esta transformación del antiguo mozo al nuevo camarero de salones él ha creado la necesidad de incorporar como importante

“La Carta diseñada por profesionales’

Se han extinguido la raza de mozos que reemplazan al menú.

(Existen restaurantes donde los clientes nunca miraron la Carta)

En estos restaurantes te recomendaban que comer, que vino tomar... y uno le creía, se habían ganado la confianza por ser acertado lo que sugerían.

Uno los escuchaba, consumías sus recomendaciones... y volvía a esos restaurantes.

Esto se acabo.

Esto se extinguió.

En la actualidad existen muy pocas recomendaciones al cliente - de parte de los mozos- genuinas y las pocas se nota y es evidente que son mas por directivas de algún gerente, que por propia convicción.

Primero es muy probable que hoy quien este atendiendo una mesa no sepa mucho de comida, ni le guste mucho comer, este estilo de vida que tiene la mayoría de los jóvenes hace que no estén convencidos ni interesados –siquiera- en los platos del día

¿Entonces?

¿Que puede recomendarle a un cliente?

El nuevo diseño de la” Carta ”

Algunos pocos restaurante se han dado cuenta que deben reemplazar la función del antiguo mozo – con este ejemplo uno puede comprender un poco mas los pintorescos menús de la gastronomía americana, llenos de colores, indicaciones destacadas y títulos llamativos... fotos etc.

Imagino que los Gastronómicos de EEUU, deben de haber pasado por este cambio de idiosincrasia de mozos, muchos años antes que

nosotros –entonces... allá la carta diseñada por profesionales hace tiempo que ha nacido.

“el menú diseñado “... por profesionales

Este menú - al que hacemos referencia- debe ser lo contrario a una lista de precios - como sucede en muchos restaurantes

–

El nuevo estilo de menú debe reemplazar a ese mozo que te recomendaba que comer.

Este debe vender

Debe transmitir los sabores.

El cliente debe” imaginar “lo que comerá.

Debe tentarlo.

El cliente debe tener muy poca necesidad de explicación de los platos.

Debe producir en un cliente la indecisión de que comer frente a tantas tentaciones

Debe sentir la necesidad de volver a probar todos los platos, dado que en una sola comida no podrá pedir todos los que sus ojos ven.

La idea es que no sepa que elegir primero... porque todo lo tienta.

Esa es una gran razón porque un menú no se comienza a diseñado desde afuera (desde las tapas) sino que comienza adentro

Un menú nace...

De adentro hacia afuera...

De la propuesta gastronómica...

Con la oferta de platos... y con el sabor de la comida.

Toda esta vivencia que he tenido, esta manera de observar un pasaje de mi vida través de la gastronomía, es lo que me fue nutriendo y enriqueciendo acumulando un capital d experiencia que vuelco hace muchos años en mi profesión hay momentos que siento que he encontrado el camino del Ángel ...

Hasta otra
Richard Plant