

Restaurantes de la city Vs. Restaurantes de hotel

En el contexto económico actual se impone una nueva estrategia que tiene como meta crearles una independencia económica a los restaurantes barras y/o cafés que hoy funcionan en los hoteles. Este cambio de estructuras implica una consideración especial de las expectativas de cada cliente.

Comprender cuál es la diferencia de objetivos que existe entre un hotel y un restaurante, significa comprender las distintas necesidades de uno y de otro.

Los restaurantes compiten para obtener “cubiertos”
Los hoteleros compiten por obtener pasajeros... y banquetes.

Esta nota trata de explicar por qué los clientes en restaurantes de la ‘City’ se comportan de manera diferente cuando asisten a un banquete.

Las dos actividades se parecen.
Ambas manifiestan el arte de la comida, pero si nos detenemos a observar sólo un instante, nos daremos cuenta de cuán lejos está el accionar de una y la otra. Pertenecen a mundos muy, pero muy diferentes.

Los restaurantes son ‘espacios emocionales’.
Incluso en ciertas ocasiones parecen seres vivos.
Las escenas de lo que sucede un día no se repiten al otro.
Tampoco una hora es igual a la otra.
¿Por qué?

Porque los grupos de comensales son muy distintos entre sí, aunque todos ellos tienen en común las ganas de comer, de saborear y de estar.
No concurren con el mismo objetivo, esto es porque en ese ‘tiempo de la escena’, las personas viven ‘emociones’ que van más allá de la comida.
El producto que elaboran estos lugares no es mecánico ni rutinario, aunque visto desde ‘afuera’ a veces lo parezca.

Los protagonistas de esta ‘obra’ son: los dueños, los encargados, los proveedores, el personal y los clientes.
Todos estos actores viven una interrelación, no dándose cuenta de cuánto influye el ánimo de cada uno en el resultado de un día de restaurante.

“Como la novela “”Como agua para chocolate”... es igual

La persona que cocina transmite en la comida su estado de ánimo.
El proveedor que entrega productos alimenticios - salvo que estén envasados- pone su gotita de ánimo.

El mozo trae su estado de tristeza o alegría y lo arrastra a su mesa... y así sucesivamente.

La tesis

Hemos elaborado una tesis basada en las diferencias de las distintas clases gastronómicas.

Nosotros decimos que los hoteleros viven con intensidad la llegada de los pasajeros y se alegran cuando les contratan un evento, léase un banquete.

En tanto que los gastronómicos disfrutan las 'reservas de mesas'.

El banquete

¿Cuál es el estado emocional y anímico de un cliente cuando asiste a una Fiesta & Banquete? Es homogéneo con un denominador común en relación al evento. Todos sabemos que en un banquete, directa o indirectamente la mayoría que asiste se conoce o tiene un objetivo y un compromiso en común. Entonces, el comportamiento es diferente, existe el 'colectivismo' y no el 'individualismo'. Quiere decir que quienes asisten no pagan la cuenta, por lo tanto no eligen lo que van a comer ni lo que van a beber. Como podemos ver, ésta gastronomía es distinta a la oferta de un restaurante de la city, y por esto requieren platos particulares.

Los restaurantes comunes dependen de los cubiertos que venden para sobrevivir, que no saben cuántos serán, ni quiénes los ocuparán.

Los camareros

Teniendo en cuenta esta primera parte, hablemos de cómo se deben desenvolver los camareros en un banquete y cómo en un restaurante.

Comenzaremos hablando de los 'mozos banqueteros', que en el caso de los eventos, no tienen que ofrecer ni vender el menú, sólo transportan los platos y sirven según el orden que se les haya indicado. Mucho menos tendrán que recomendar el vino que van a tomar los invitados, éste ya ha sido elegido, y a lo sumo el comensal decidirá si quiere vino tinto o blanco.

El menú y la cocina ya están resueltos con anticipación.

En Buenos Aires (y en muchas partes del mundo) los restaurantes de los hoteles son en su mayoría 'dependiente' del hotel. No son unidades autónomas en su manutención.

Sabemos que el ciudadano de Buenos Aires no tiene el hábito de comer asiduamente en estos restaurantes, aunque no podría explicar con exactitud por qué. Contrariamente a lo que sucede aquí, observé en la ciudad de Santiago que para los chilenos, el restaurante de un hotel es un programa más, no está marcada la diferencia con los demás restaurantes.

Los restaurantes de los hoteles suelen ser un servicio más que se le brinda a los pasajeros.

Creemos que es por eso que estos restaurantes no están preparados para facturar y ganar dinero en sí mismos; es más, es posible que si tuvieran que

subsistir independientemente, no cubrirían los gastos y probablemente sucumbirían. Por eso son subsidiados.

En cambio, los mozos de un restaurante de la city - para llamarlos de alguna manera- se diferencian notablemente de aquellos de restaurantes 'encerrados', como es el caso de los hoteles.

Como relatamos al principio, la gastronomía de un restaurante a la calle es puramente emocional, las personas tienen disposiciones diferentes según dónde vayan, según el día, aunque muchas veces los clientes se parezcan entre sí - dado que en muchos lugares el target es homogéneo- pero la gente tiene otros objetivos emocionales en sus salidas. Esto hace que la calidad de atención sea obligatoriamente diferente a la de un evento o banquete, repercutiendo directamente en la venta y la facturación.

Se requiere experiencia, profunda vocación de servicio, gran entrenamiento para llevar adelante el 'todos los días', respetar el espíritu de grupo, ser muy observador, estar atento a cada mesa, y a cada comensal.

La tarea de apoyo de esta observación es responsabilidad exclusiva 'del dueño', del 'manager', quien debe estar atento a lo que sucede en el salón y, sin olvidar la cocina, apoyar a su staff para que no pierda el hilo de lo que va sucediendo a cada momento. Esta atención es mayor que la de un banquete, que también requiere ritmo y observación.

Darse cuenta

Cada cliente tiene expectativas diferentes, puestas en la comida, en los tiempos de espera, en la cuenta.

Poder entender todo esto como director de un restaurante, es lo que hace al éxito, hace a la diferencia entre un restaurante y otro; este 'darse cuenta' forma parte de una buena facturación.

Escuchar y capacitar al personal. Más allá de la 'técnica y las formalidades' que varían dependiendo de cuál es la propuesta del lugar, debe instruirse sobre cómo adaptarse a cada circunstancia.

Para nosotros es importante la concentración del equipo, la unidad en el staff, llegar a transmitirles cuál es el objetivo del directorio o dueño del restaurante; entendido, comprendido y aceptado esto, se formará un buen Team que es sinónimo de buena facturación.

Algo que no sea espontáneo y genuino, no produce buen servicio.

Creo en lo espontáneo, en la inocencia y en el espíritu de las personas, pero creo que también hoy en el mercado argentino se está jugando un campeonato en el cual participan equipos de primera, no de amateurs; esto lo aclaramos por aquellos establecimientos que creen que sólo la simpatía resuelve el servicio. Los restaurantes no son un salón de beneficencia, nada regalan y todo se cobra.

Restaurante del hotel a la ciudad

¿Ahora el negocio es abrir las puertas del restaurante del hotel a la ciudad?

En el actual escenario de Argentina, especialmente en Capital Federal, se comienza a notar la conveniencia de eliminar la carga de costos de los restaurantes, cafés, barras que generalmente sólo cumplen servicio al pasajero; esto comienza a pesar en los gastos. Los costos de la gastronomía ya no pueden

ser absorbidos por la parte hotelera como antaño. La tendencia es esta nueva modalidad, que tiene como objetivo generarles independencia económica a los restaurantes, barras y/o cafés del hotel. Para eso la parte hotelera debe modificar su mirada, ciertas maneras o hábitos que la llevan a ser una gran experiencia banquetera.

Si pretenden lograrlo, algunos deben aprender a convivir con toda clase de público que no es el habitué del hotel en cuestión, y el éxito de esta nueva tendencia sembrará en el hotel que lo desarrolle una sinergia que potenciará el desarrollo de ambas actividades.