

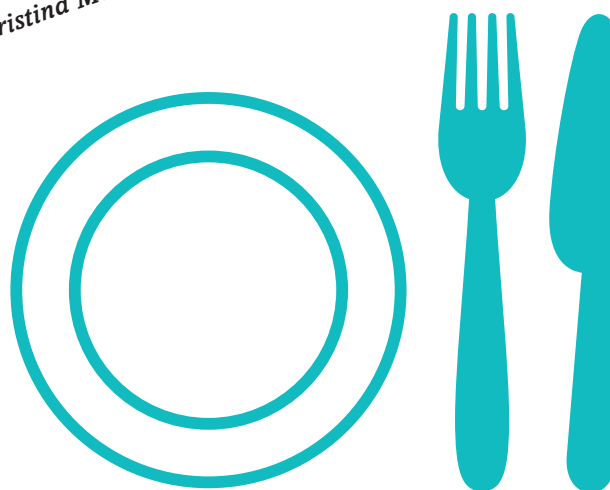




Catering

la revolución silenciosa

TEXTO Cristina Muñoz Soro



Catering es una palabra que se nos queda pequeña. De alguna forma evoca una parte del evento necesaria, pero no trascendental... y, para qué engañarnos, durante mucho tiempo se ha limitado a cubrir con más o menos acierto gastronómico la necesidad de dar de comer a los participantes de un evento. Tendríamos que dar con otro término que se ajustara mucho más a la experiencia asociada a la gastronomía que en estos últimos años está siendo en algunos casos un verdadero impacto en los eventos. Te invitamos a que hagas un recorrido con nosotros por las tendencias del catering del s.XXI.

Una de las composiciones estrella de Diego Guerrero, la Pecera

Revolución estética

Conocemos de cerca, porque se ha hablado mucho sobre ello en estos años, la revolución gastronómica que se produjo en los 60' y 70' con la 'Nouvelle Cuisine', y la que tuvo lugar en España veinte años después, que supuso que algunos nombres como Arzak o Ferran Adrià robaran páginas en la prensa a estrellas del deporte o la música. Una revolución a la que no son ajenas algunas empresas de catering, que incluso han ido un poco más allá, probablemente por su propia naturaleza como negocio que les permite hacer 'locuras' a nivel estético que no resultan tan imprescindibles en un restaurante, y también, sin duda, por la naturaleza del evento, algo que tiene que impactar, sorprender de forma experiencial. Forman parte de un evento en el que el impacto, la experiencia y la comunicación importan tanto como la calidad gastronómica: los platos se convierten en pequeñas obras de arte al servicio de clientes con presupuesto y una exigencia importante de que el catering exprese, junto con otros elementos del evento, el mensaje a transmitir.

No cabe duda que un gran impulso de esta revolución estética ha sido hacer del catering un elemento sustancial de la comunicación de marca en el evento, hasta el punto que la estética y la belleza de algunas de ellas se ha trasladado a los propios platos y composiciones. "Prácticamente el catering llega a difuminarse al servicio de la marca", como apunta Michel de Fuentes, fundador de Medems, "La incidencia de la identidad corporativa es total, nos mimetizamos con su imagen. Nos enfrentamos a clientes que saben exactamente lo que quieren y te lo exigen. Eso te obliga a revolucionar tu cocina para estar a la altura de las expectativas estéticas, exprimir tu creatividad hasta llegar a lo imposible".

Su propia naturaleza como negocio permite al catering hacer 'locuras' a nivel estético

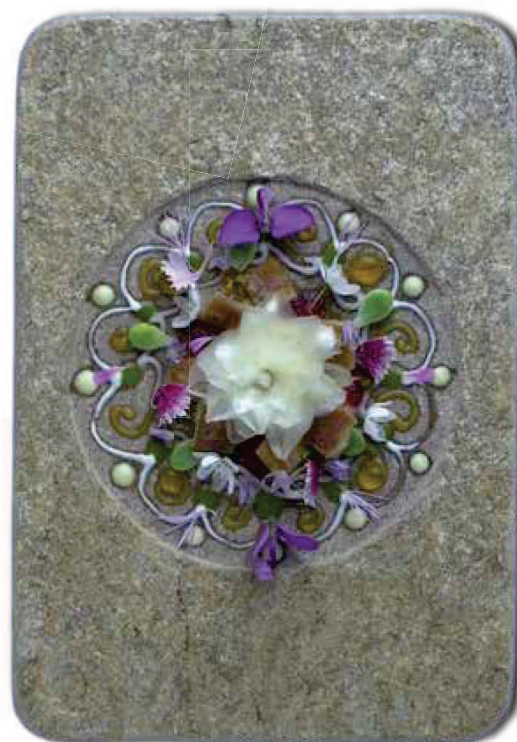


El rey del trampantojo. Los platos de Diego Guerrero no son solo estéticamente impactantes, es que no son lo que parecen. Si la presentación de un plato en el catering es un *must*, este chef la lleva a límites insospechados, como es el caso de este aparentemente huevo escalfado, ¿adivinas los ingredientes?





Algunos de los platos servidos en 'El Somni', la GastrÓpera creada por el Cellar de Can Roca y Franc Aleu inspirados en el mar y que formaban parte de los doce 'actos' de este evento gastronómico.



Los platos se convierten en pequeñas obras de arte al servicio de clientes con presupuesto y una exigencia importante de que el catering exprese el mensaje a transmitir



Para Omar Mellaki, director de Restauración & Eventos de LZ Catering By Zagales, el secreto está precisamente en la sencillez en la elaboración y la sofisticación en la presentación. "Aunque se parta de la base de la cocina tradicional la elevamos a la quinta ecuación transformándola a base de nuevas creaciones que juegan con los sentidos. Ha dejado de ser un plato en la mesa para ser arte e innovación". Dos ejemplos de cómo lograr que un producto 'de toda la vida' se transforme visualmente gracias a una presentación ingeniosa, por LZ Catering by Zagales: Churros clásicos y Tartar imitando corchos de botella de vino.

...revolución estética

Un cliente pidió a Artgourmet un plato de primera calidad que se presentara como un regalo. El catering apostó por la merluza que se presentó en papillote con un envoltorio transparente apto para cocina y que el camarero abría delante del cliente con una tijera especial para el evento.

“Hemos llegado a la sublimación de la sofisticación, pero la clave es ser simple”, dice Sergi Arola, “La sencillez extrema es muy sofisticada”. En la foto, sardina con emulsión de pasión de Arola Catering para el Hotel Arts en Barcelona.



“Comunicar con tus platos es un reto apasionante que hacen aflorar el talento y la creatividad; colecciones completas de joyería trasladada a un cóctel, perfumes interpretados en postres únicos, bolsos recreados en piezas de chocolate en buffets originales son algunos ejemplos de hasta donde se puede llegar”, dice Alexis Montero, director de Sodexo Prestige.



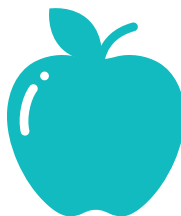
En una convención realizada para FedEx, el catering se convirtió en la estrella a cargo del chef de Medems, Julio Barbé, que había creado cinco platos exclusivos por cada uno de los valores que la marca quería transmitir y que fue mostrando en un showroom en el propio evento. En la foto, dedicado al departamento de servicios pesados de FedEx, un peso pesado: bombones de foie *micuit* envuelto en almendras garrañadas y una cobertura de chocolate al 60% al que se le quiso dar un toque sofisticado con una cobertura de papel de oro simulando los conocidos bombones de Ferrero Roche.



Vuelta a la esencia

Lo tradicional vuelve, pero vestido del s.XXI. No solo se trata de los productos, que se exige que sean excelentes y sin artificios, sino que se busca la autenticidad. “Es importante que se note la mano humana”, dice Michel de Fuentes, “Por supuesto las piezas deben ser perfectas en su ejecución pero es fundamental no perder el ‘alma’... Se tiene que notar la mano humana. Es lo que nosotros llamamos el ‘catering su misura’, hecho a medida y artesanal huyendo de cualquier posible aspecto industrial o no manipulado por nadie que no sea el propio cocinero”.

Esta tendencia va de la mano de otras: es el toque final, la última elaboración del plato in situ que supone que el plato llegue recién hecho al comensal. Ya no se trata solo del montaje de la pieza, sino de la propia cocción que se convierte en parte del espectáculo.



“Es lo que nosotros llamamos el ‘catering su misura’, hecho a medida y artesanal”
Michel de Fuentes, Medems



El catering deja de ser una comida preparada con antelación y se ofrece al comensal recién hecha, suceda donde suceda el evento. No solo de platos fríos vive el hombre. En las fotos varios momentos de Medems, Food & Mambo y Bokado para diferentes eventos con un punto en común: el sentido más básico de la cocina en vivo y en directo.

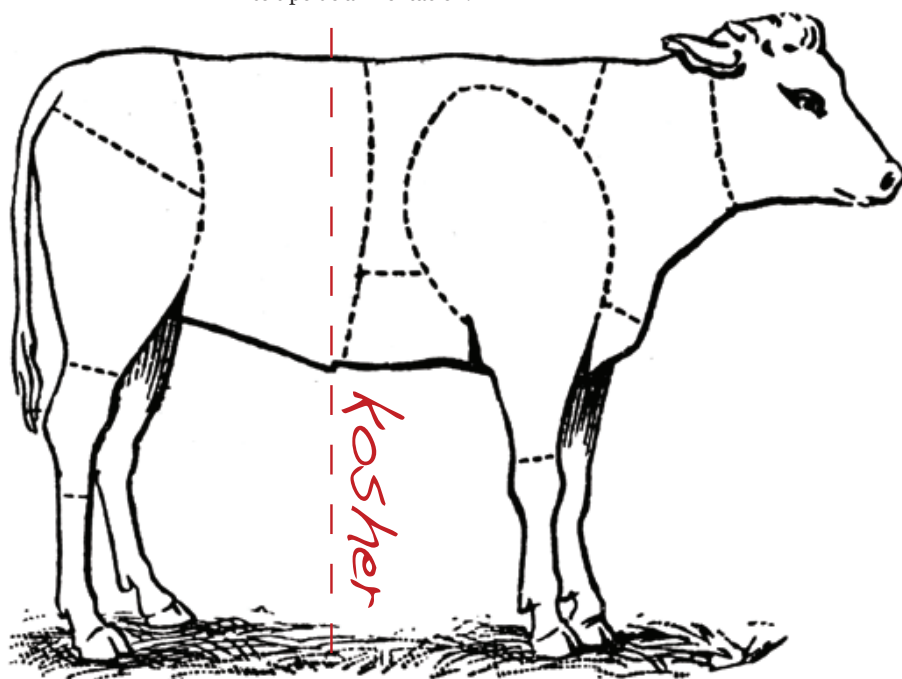
Food & Mambo en vivo y en directo



Más sensibles

Por supuesto siempre se ha tenido en cuenta al comensal, pero nunca como hasta ahora. De la misma forma que la sensibilidad social ha aumentado extraordinariamente en los últimos años respecto a tantos temas, en el catering ya no sería admisible no tener en cuenta las intolerancias o las alergias a los alimentos, ser sensible a veganos, vegetarianos, celíacos, diabéticos o incluso a los adscritos a dietas disociadas, y por supuesto a aquellos que por cultura o creencias religiosas exigen un estricto tipo de alimentación.

Las personas afectadas pueden controlar en su vida diaria el no consumir nada que les afecte, pero en el evento son una 'audiencia cautiva', pierden esa capacidad de decisión'



no kosher

En general no suele comportar mayor dificultad aparte de la necesidad de aplicarse, pero en ocasiones no es fácil, como en el caso del halal o la comida kosher, en donde deben vigilarse unos procesos de cocina complicados. "Lo que no supone una excusa para no resolver este imprescindible cuando se trabaja con grupos", apunta Almudena Urdiales de Mallorca Catering. Lo más recomendable suele ser recurrir a proveedores especializados que tienen en cuenta la complejidad de los procesos y pueden ofrecer productos certificados."

Alergias alimentarias y organización de eventos

Tener en cuenta que es muy posible que algunos de los invitados al evento sufran alergia a algún producto es cada vez más obvio para una empresa de catering. Sin duda las personas afectadas pueden controlar en su vida diaria el no consumir nada que les afecte, pero resulta difícil en un evento a puerta cerrada, se trata de una 'audiencia cautiva', donde pierden esa capacidad de decisión. Se convierte por tanto en una responsabilidad de los organizadores del evento y por supuesto de la empresa de catering, por lo que es fundamental la comunicación previa al evento.

Es importante tener en cuenta la información de los propios trabajadores del catering: no pensar que la temperatura del aceite de la freidora destruye los alérgenos, utilizar el mismo utensilio para revolver diferentes platos o compartir mezcladores, sartenes, etc. son algunos de los errores frecuentes de los que advierten los alergólogos. Otro factor a considerar son aquellos productos que han sido pre-preparados antes de llegar al catering y que son manipulados y fabricados sin especificaciones: asegurarse la información del producto es básico. Otros dos consejos: formar a los trabajadores del catering al respecto (lectura de etiquetas, conocimiento de ingredientes ocultos, prevención de contacto transversal, técnicas de limpieza y procesos de cómo tratar con rapidez emergencias médicas alérgicas) y asegurarse de poder ofrecer platos alternativos.

Más sostenibles

Detrás de buena parte de esta necesidad de ser más sostenibles ha estado la recesión económica que ha obligado a repensar los procesos y reducir los costes. El catering no ha sido ajeno a esta realidad y se le pide que sea más barato pero sin perder calidad. Por otra parte, apunta Eva Pérez de Mónico Catering, “Ahora se puede asegurar la calidad mucho más que en el pasado ya que la maquinaria ha evolucionado mucho y gran parte de los platos prácticamente se hacen en los espacios de servicio o se terminan en las mismas máquinas en que se transportan, incluso en espacios que no disponen de instalaciones de cocina adecuadas”.

Pero reducir la nueva sensibilidad de trabajar desde criterios como la eficiencia, la sostenibilidad y la ecología a un mero hecho coyuntural sería simplista. No se trata de una tendencia, más bien de una cuestión de inteligencia social que ya está presente en muchos niveles de producción en otros sectores. En el caso del catering, como en tantos otros, sin embargo, sigue dependiendo de iniciativas personales y apuestas de empresas que lo asumen como un *core* en su negocio como es el caso, por ejemplo de Sodexo Prestige, que colabora con MSC (Marine Stewardship Council) y ha eliminado todas las especies de pescado y marisco en riesgo de extinción de sus menús, o la ‘gastrobotánica’ que ha llevado al chef Rodrigo de la Calle al catering del Villa Magna.



“La vía para no perder sofisticación partiendo de un presupuesto ajustado pasa en muchos casos por un trabajo de investigación previo, porque no hay que olvidar que más sofisticación suele suponer más elaboración y montaje, y por tanto, más costes”, señala Eva Pérez. Mónico Catering le da una vuelta al clásico sándwich montado en esférico y en brocheta, sencillo y divertido.



Es lo que ya está haciendo Paradis con su huerto ecológico de Anglesola en Lleida dentro del concepto que ha creado de ‘Trazacalidad’



Esteban Capdevila, director de Imagen Límite, nos pone sobre la pista: la ‘gastrobotánica’ de Rodrigo de la Calle, chef ejecutivo del Villa Magna de Madrid desde el 1 de octubre. Es lo que el cocinero denomina ‘revolución verde’, una apuesta creada junto con el botánico Santiago Orts basado en una cocina centrada en especies vegetales denostadas por el mercado, a menudo desaparecidas de las huertas por su bajo rendimiento o su alto coste.



No es todavía muy habitual en catering pero ya lleva siendo una tendencia importante en restauración; ir más allá del km 0 y proveerse directamente desde sus propios huertos ecológicos. Es lo que ya está haciendo Paradis con su huerto ecológico de Anglesola en Lleida dentro del concepto que ha creado de ‘Trazacalidad’, que establece un seguimiento de la calidad y sostenibilidad de los productos que emplean en sus eventos.

'Catering Performance'

El término no es nuestro sino de Michel de Fuentes. Si el evento es 'show-off', el catering se lo está poniendo muy fácil. Está claro que la puesta en escena siempre ha sido un aspecto indisoluble del catering, pero en los últimos años se han abierto todas las compuertas a una creatividad desbordante que en ocasiones lo convierten en una pieza visual impactante y en el alma del evento.

"Se ha dado un gran salto en lo relativo a la estética y la puesta en escena. Se nos pide cada vez más que el catering se incorpore a la puesta en escena del evento, por lo que ya no vale poner sillas originales, manteles o vajillas fantásticas, se quiere que el catering se convierta en un espectáculo visual" apunta Jesús Baranda, director de Artgourmet.

Sin embargo tiene un riesgo. "La búsqueda incansable de originalidad puede suponer que el catering llegue a 'comerse' la comunicación del evento, lo que no es aconsejable. Por otra parte centrar las cosas tampoco es fácil", señala Miguel Santamaría, jefe ejecutivo de Bokado, "En todo este *totum revolutum* lo importante es extraer las ideas que puedan marcarnos caminos nuevos pero sin grandes estridencias. Al fin y al cabo es una cuestión de sensibilidad, autenticidad y curiosidad".



Autómatas y mecánica en un catering por Food & Mambo



Un catering con guiños al teatro y una buena dosis de sentido del humor fue el que realizó Bokado para Tabacalera. Que el catering de Juan Mari Arzak recurra a escenografías tan locas da una idea de hasta qué punto el catering es más que dar de comer excelentemente a los invitados a un evento.



Puestas en escena de Food & Mambo donde la gastronomía se convierte en un verdadero espectáculo. Un plus si se trata de crear experiencias y buscar la complicidad entre los asistentes.

Medems convierte la ampliación de Nouvel del Reina Sofía en el Portlligat de Dalí para un evento de 300 personas. Relojes líquidos de mazapán o cáscaras de erizos de mar con royal de erizo con espuma fría de vermut dulce eran solo una parte de la puesta en escena, que incluía una estructura de tela iluminada por focos en donde podían verse como sombras chinescas el trabajo de los cocineros... en una ambientación que mezclaba el surrealismo daliniano con la frescura del mar más evocador de la obra del pintor ampurdanés.



En vivo y en directo, ¡fresco, fresco!

Una tendencia que está muy 'a la vista' es el show-cooking. A la gente le fascina ver lo que se cocina y cómo se cocina. "Conseguir un show-cooking durante un evento, reforzar los 'corners shows' en el catering, permite a los invitados apreciar la calidad. La inmediatez es tendencia, también en la cocina", apunta Sergi Arola.

Sí, como estamos viendo, el catering se ha convertido en una experiencia, esta no se limita al acto de comer, se extiende a todo el proceso. La fascinación que supone ver cómo se elaboran los alimentos está dando lugar a una pequeña revolución: la cocina se traslada al evento y los alimentos, muy frescos y crudos, se alinean a la vista con la misma sofisticación y mimo que antes los platos ya elaborados.

La experiencia no se limita al acto de comer, se extiende a todo el proceso



Algunos eventos realizados por Bokado en los que productos frescos compartían espacio con platos elaborados.



Para el tercer aniversario del Hotel Porta Fira, Paradis Catering creó el 'Cooking Market' en el que se reproducía un mercado en donde cada 'parada' ofrecía diferentes productos naturales donde los invitados podrían disfrutar de cómo los cocineros creaban cada plato.



El catering como experiencia



François Vatel, maestro de ceremonias de Luis XIV, y que inspiró la genial película de Depardieu, ya elevaba la gastronomía a categoría del arte hace dos siglos, dotándola de una cuidada puesta en escena con el objetivo de lograr la experiencia sensorial total. Imaginamos que Vatel disfrutaría si dispusiera de los medios que están convirtiendo la gastronomía asociada a eventos en experiencias difíciles de olvidar.

Una tendencia que se suma otras como es la incorporación de la tecnología o la transversalidad con otras disciplinas artísticas: poesía, música, literatura, etc. Todo vale para explorar nuevas formas de lo que muchos consideran otro acto creativo. Y no acabará aquí...

'El Somni', la GastrÓpera de los hermanos Roca



Se unieron ópera, gastronomía, pintura, poesía y música creando un verdadero espectáculo multiformato

El Celler de Can Roca se alió con el artista audiovisual Fran Aleu para ofrecer una experiencia gastronómica que no olvidarán los doce comensales elegidos, entre ellos Ferrán Adrià y otras personas vinculadas a la vanguardia. Se llamó 'El Somni', una GastroÓpera que tuvo lugar en Barcelona el 6 de mayo y que fue definida como "Una ópera en 12 platos y un banquete en 12 actos". Se unieron ópera, gastronomía, pintura, poesía y música creando un verdadero espectáculo multiformato que apelaba a los sentidos y una experiencia transversal a todas las disciplinas implicadas. Un evento que, como no podría ser de otra manera, ha tenido y sigue teniendo una proyección transmedia.



Sorprender, no menospreciar el poder del impacto. En la foto un plato marca Medems. Se presentan como dos lunas, una bola de chocolate blanco y una bola de chocolate negro. Una vez servido el plato pueden pasar dos cosas; que un camarero deje caer una de las esferas verticalmente a unos 30 cm que rompe la otra y estalla dejando salir la crema helada del interior; o que el camarero vierta directamente sobre una de ellas chocolate caliente hasta fundir las esferas que se derriten dejando ver interiores de colores y sabores intensos y helados.



Paco Roncero ha creado un 'taller de las emociones' ubicado en la clandestinidad de las entrañas del Casino de Madrid. ¿La idea? Generar experiencias: comer a la orilla de una playa virgen sintiendo el aroma o la brisa del mar o disfrutar de una copa de vino en plena naturaleza viendo llover... ¿Cómo? De nuevo aliando tecnología y otras disciplinas. Solo entrar al espacio te hace 'sentir' lo que ocurre en su interior mediante un sistema de sensores de más de 10.000 bits de señales y dispone de tecnología e ingeniería derivada de la industria del cine para hacer reales experiencias únicas. En la foto la protagonista: Hisia, una 'mesa inteligente' de seis metros de largo fabricada en Kaaron, que sirve de plataforma para generar atmósferas cromáticas, junto con otros medios para controlar por ejemplo la temperatura y la humedad relativa, aromatizar el ambiente y ofrecer experiencias acústicas adaptadas.



Más inteligente: 'brain food'

El catering como un elemento del evento que ayuda a los organizadores a facilitar la concentración y el bienestar de los asistentes se ha convertido en tendencia, especialmente para los gestores de reuniones y eventos de trabajo.

Se trata de alimentar la actividad cerebral, y un buen rendimiento puede conseguirse con determinado tipo de alimentos. Los propios alimentos llaman nuestra atención por su aspecto, pero también cumplen una función vital: las frutas con colores fuertes como frambuesas, moras, arándanos, cerezas, uvas rojas, ciruelas o fresas son muy aconsejables para mejorar la memoria. En los vegetales el color también es importante, así como que tengan muchas hojas: los vegetales con verdes brillantes como la col rizada, espinacas, pimientos, brócoli espárragos son también excelentes para la memoria.

Otro dato interesante: El conocido como el 'CEO del cerebro', el córtex frontal, es especialmente sensible a las bajadas en los niveles de glucosa. Cuando estos niveles bajan, el síntoma más común es el pensamiento confuso y poco fluido, algo poco aconsejable en reuniones. Por tanto es fundamental servir hidratos de carbono como cereales, legumbres, frutas y verduras.

El catering ayuda a los organizadores a facilitar la concentración y el bienestar de los asistentes



Para el Event Innovation Summit 2013 de Grupo eventoplus que duraba de la mañana a la noche, el Hotel Barceló Sants realizó varios momentos de catering que se ajustaron a los parámetros del 'brain food'. "Se trata de evitar digestiones pesadas, las grasas, el alcohol al mediodía, oxigenando al máximo el cerebro para estar en plenas condiciones durante las sesiones de trabajo", cuenta Yolanda Carrión, del departamento de marketing y comunicación del hotel.



Fotos: www.vincenzorigogliuso.com

Nuevos formatos

¿Se ha acabado 'el vino español'? No, es la respuesta unánime. Sigue siendo un formato que funciona. ¿Por qué tendría que desaparecer? Pero tendrá que convivir con nuevas formas de acceder a la comida. Meeting design, expertos en neurociencia que nos explican cómo organizar reuniones para conseguir objetivos de aprendizaje, teorías de marketing aplicadas a eventos... el catering como una parte importante del evento no puede resultar ajeno a todo esto. Lo hemos visto con el 'brain food', pero lo veremos también en sus formatos. 'Atar' a un participante a una mesa seguirá siendo igual de válido según sea el evento, pero la agilidad se impone y aplicar objetivos de networking, romper el hielo, y en general, todos aquellos que persiguen la relación del face to face pasará, ya está pasando, por discurrir formatos innovadores e informales.



'Auto contenido'

Esta es una pequeña revolución sobre la que nos pone sobre la pista Oscar Alsina de Food & Mambo; "Un aspecto que ha sufrido un gran cambio a mejor tiene que ver con el transporte, el packaging y la caducidad/calidad del alimento. Vamos a ver grandes revoluciones en este campo ya que hoy en día hay ciertos productos que son muy costosos de servir porque tienen un fondo de maniobra muy pequeño. Los productos auto empaquetados que requieran cero manipulación y puedan viajar congelados y no perder su 'looking punch' son el futuro"

Al respecto, Almudena Urdiales, de Mallorca Catering nos señala que cada vez los grupos les piden más 'cajas de picnic', que por su formato permiten al invitado elegir cuándo quiere tomarla y dónde.



La European Advertising Bureau pidió a Food & Mambo un formato radicalmente diferente para su target de entre 30 a 45 años todos especializados en marketing digital: querían transmitir innovación pero también facilitar el networking y las relaciones durante el catering. La solución creativa fue crear una 'red gastronómica' entre decenas de pufs creados para el evento que permitían la movilidad de los invitados al no estar 'atados' a una mesa y una silla... Los invitados creaban sus propios grupos tan solo moviendo su puf.

