

Chef y caso empresario

VIERNES 8 ABRIL 2011



Dante Liporace (foto) es un chef que pasó por el célebre El Bulli y se ha convertido en caso de estudio. La clave es la experiencia para la capacitación en cultura organizacional.

Dante Liporace es chef. Es especialista en cocina molecular. Pasó por El Bulli, el célebre restaurante del catalán Ferrand Adriá. Pero, además, se ha convertido en un caso de estudio en la IAE-

Business School de la Universidad Austral, donde cuenta su experiencia para la capacitación en cultura organizacional. ¿Por qué? Porque en España comprendió que el Bulli tiene una especial gestión del talento y de la creatividad. Es una empresa innovadora.

“Se trabaja con mucha rigurosidad y se pone mucha atención en la organización del trabajo para poder generar creatividad”, cuenta Liporace y explica que en El Bulli trabajan 50 cocineros y 35 personas que atienden la sala para 50 comensales, que es la capacidad del lugar.

En los mejores restaurantes de la Argentina unos cuatro cocineros promedio como máximo se reparten para atender los pedidos de esos 50 comensales. “Hay una cultura diferente sobre cómo usar los recursos y gestionar el talento”, asegura.

De paso, apunta que pese a los meses de reserva previa que hay que tener para sentarse a la mesa del restó su rentabilidad es baja y sus mayores beneficios provienen de los negocios relacionados a la marca y al producto que generan.

Andrés Hatum, profesor del IAE que decidió estudiar este caso -al igual que lo hizo con otros casos atípicos para el mundo de los negocios como Cirque du Soleil y la diseñadora de ropa Churban- completa el análisis.

“Esa forma de cocinar y de trabajar rompió paradigmas y adoptó un modelo organizacional adaptado a su objetivo estratégico. Nos enseña lo importante que es apostar a ‘la cocina’ de la organización para lograr un producto que los clientes perciban como de calidad y que la creatividad no es sinónimo de informalidad”, señala.

“A pesar de que tiene 2 millones de pedidos de reserva, el foco está puesto en la creatividad y la atención al cliente. El Bulli cierra 6 meses durante el año y durante ese tiempo se trabaja en una suerte de taller-laboratorio sobre el nuevo menú”, dice Liporace.