

Los almuerzos y cenas entre ejecutivos permiten acercar posiciones y cerrar acuerdos, por eso el protocolo y el conocimiento del restaurante son puntos clave para hacer de la velada un éxito

# Compartir la mesa afianza relaciones y facilita negocios

«¿TE GUSTARÍA SALIR a comer?», preguntó sin titubeos Sir Richard Branson, el dueño de la aerolínea Virgin Atlantic. Al otro lado de la línea, escuchaba Sir Colin Marshall, CEO de British Airways. Lejos de ser una rutina de amigos, ambos eran competidores y, más aún, se habían enfrascado durante meses en un litigio empresarial. Luego de que la justicia fallara (a favor de Virgin), los dos se juntaron a comer y, según el polifacético Branson, ahora son buenos amigos.

La rivalidad entre Microsoft y Apple no impidió que Bill Gates y Steve Jobs comieran juntos de vez en cuando para hablar de proyectos y nuevas ideas. El último encuentro entre ambos iba a ser una cena, pero Jobs, ya muy enfermo de cáncer, canceló a último momento. «Si quiere saber por qué no (voy), solo dile que soy un imbécil», bromeó el empresario al excusarse por teléfono con la secretaria de Gates.

Así, los negocios no se «cocinan» solo en la oficina; un elegante restaurante puede ser el lugar ideal para crear, desarrollar o cerrar un nuevo emprendimiento, conquistar un empleado clave, y hasta causar una buena impresión en los jefes extranjeros que llegaron para ver cómo marcha todo en la filial local.

Elegir la hora de comer para abordar temas de negocios tiene lógica: la gratificación posterior a degustar un plato delicioso, acompañado de una copa de vino, dispendioso y ayuda a ver las cosas de buen ánimo, coinciden los empresarios del rubro gastronómico.

Para Marcelo Angres, director de La Corte, los temas a tratar durante una comida de negocios no se relacionan con «pleitos, disputas



**La Corte.** El 50% de los clientes de este restaurante son empresarios, ejecutivos y funcionarios del Estado.

muy cerradas, sino más bien se trata de aproximaciones o propuestas».

El ambiente juega su parte. Un entorno menos frío e institucional que la oficina permite incluso que «la interacción pueda trascender los negocios y se hable de cosas más personales», sostuvo Alberto Latarowski, director de Francis.

Para los comensales del mundo corporativo, el éxito de esa combinación no es una verdad absoluta.

Álvaro Moré, presidente de

Young & Rubicam, opinó que el rol de la comida en los negocios es «más social que comercial». «En general, es un tema de cortesía o surge cuando hay algo para festejar; en el caso de las cenas es totalmente social, muchas veces los clientes se convierten en amigos». Empero, «las cosas importantes mayoritariamente se resuelven en la oficina de cualquiera de las partes», aclaró.

Para Alejandro Butler, director de la empresa de comunicación

Improfit, los almuerzos pueden ser un ámbito adecuado para tratar temas laborales o comerciales dependiendo de «las circunstancias, con quién es el almuerzo, del objetivo de la reunión». «Si el tema a discutir es breve, no es una buena herramienta», advirtió.

Hay quienes no ven provecho alguno a estas instancias, más allá de las relaciones públicas. «Suele ser normalmente una gran pérdida de tiempo. Un negocio en una oficina lleva determinado tiempo, con una comida de por medio lleva el triple y no necesariamente se cierra por agregarle comida», sentenció Carlos Lecueder, director del estudio que lleva su apellido.

Lecueder y Butler coinciden en que las cenas corporativas son recomendables porque rob

**Se tiende a buscar no solo un plato exquisito, sino también un restaurante seguro y cercano al trabajo; muchos enfatizan en la privacidad del lugar**

tiempo con la familia. Moré las considera un gesto apropiado para agasajar a visitantes del exterior.

El protocolo indica que la cena se asocia con el cierre de acuerdos mientras que el almuerzo se presta para negociar, argumentó Cristina Sica, presidenta de la Asociación Uruguaya de Ceremonial y Protocolo (Aucyp).

### MÁS QUE UN PLATO

Para los restaurantes, el público empresarial es un indicador de prestigio y, a la vez, una fuente importante de ingresos.

En La Corte, los empresarios y funcionarios de gobierno y entes estatales representan un 50% de la clientela. En Lindolfo abarcan el 80-85%, entre ellos destaca Juan Carlos López Mena, el dueño de Buquebus, que almuerza allí un par de veces al mes, contó Francisco Beramendi, encargado del local. Por las mesas de Francis, han pasado «todas las grandes inversiones», firmas constructoras, laboratorios y bancos, entre otras, señaló Latarowski.

La carne y las pastas son platos típicos de estas reuniones, aunque también hay quienes se inclinan por un almuerzo vegetariano.

La elección del plato para agasajar a otro es una tarea delicada y que puede tornarse un búmeran si al otro no le gusta esa comida, si es alérgico a ella, o incluso si contraviene la filosofía de comida sana que aboga el invitado, dijo Butler.

Entretanto, el pescado y los frutos de mar son una alternativa muy popular por tratarse de una comida más liviana y más práctica que «ponerse a pelear con una milanesa», señaló Angres, cuyo local tiene el menú en \$ 400.



FOTO: CORTESÍA FRANCIS

Francis. El gasto por comida corporativa va desde \$ 1.300 por persona.

Quienes van a Lindolfo tienden a pedir la carta, más que el menú ejecutivo porque buscan un plato más elaborado. A cambio desembolsan unos \$ 1.000 por cabeza. El vino, un ingrediente importante, oscila entre los \$ 450 y \$ 2.000.

En Francis, el gasto estándar comienza en \$1.300 por persona aunque hay desembolsos muy superiores. Latarowski recordó que hace poco en su local de Carrasco acogió una cena al que asistieron empresarios suizos. Los anfitriones uruguayos solicitaron cerrar el lugar —por lo que pagaron generosamente— y gastaron \$ 50.000 solo en vino.

En estos almuerzos y cenas, las propinas suelen equivaler al 10% de la cuenta.

Para Sica, de Aucyp, el que el restaurante sea caro es menos relevante que conocerlo de antemano, es decir, saber que tiene buen personal, que sirva adecuadamente, que hay un manejo correcto de los tiempos y, claro, que los platos son buenos.

Además del prestigio del lugar y el nivel de su carta, muchos clientes esperan que el restaurante provea soluciones que no se sirven en un plato: seguridad, buena ubicación respecto al trabajo y discreción.

En otras ocasiones, no hay misterios. Angres recuerda que en octubre pasado, el presidente José Mujica y el millonario argentino Alejandro Bulgheroni comieron a la vista de los clientes del local. Al llegar, Bulgheroni se ubicó en una mesa común, ni siquiera una de las mejores pero, lejos de cuestionar eso, celebró que La Corte utilizara su aceite, Colinas de Garzón.

### EL PROTOCOLO MANDA

La llegada cada vez más frecuente de empresarios y emisarios desde el exterior ha provocado que sus pares uruguayos tengan la necesidad de formarse en protocolo para dar la talla en las citas de negocios.

«La mesa es un despliegue de conocimientos y quien está habituado a ello lo hace normalmente, pero el que no trae esa formación previa, le va a costar tomar los cubiertos y cortar el pan de forma debida, por ejemplo», explicó Sica.

Ante esa demanda, Aucyp brinda cursos para ejecutivos —que incluso realizan junto a sus esposas— para perfeccionar sus modales. Varios de sus clientes provienen del sector tecnológico. Paralelamente, el staff de los restaurantes también se ocupa cada vez más de atender estos detalles.

Conocer cómo actuar en función de la procedencia del invitado puede determinar la suerte de un negocio. Los hindúes ven como una ofensa si se les sirve carne de vaca, por ser considerada sagrada, y los árabes pasan de comer cerdo, porque lo creen impuro. «Tenemos que saber a quién estamos recibiendo», concluyó Sica. ■

LM  
LUIS MORO

UNA FAMILIA  
CON TRADICIÓN  
DE SERVICIO

Previsión

CENTRO Y SAYAGO - T.: 2 359 30 90

112  
AÑOS