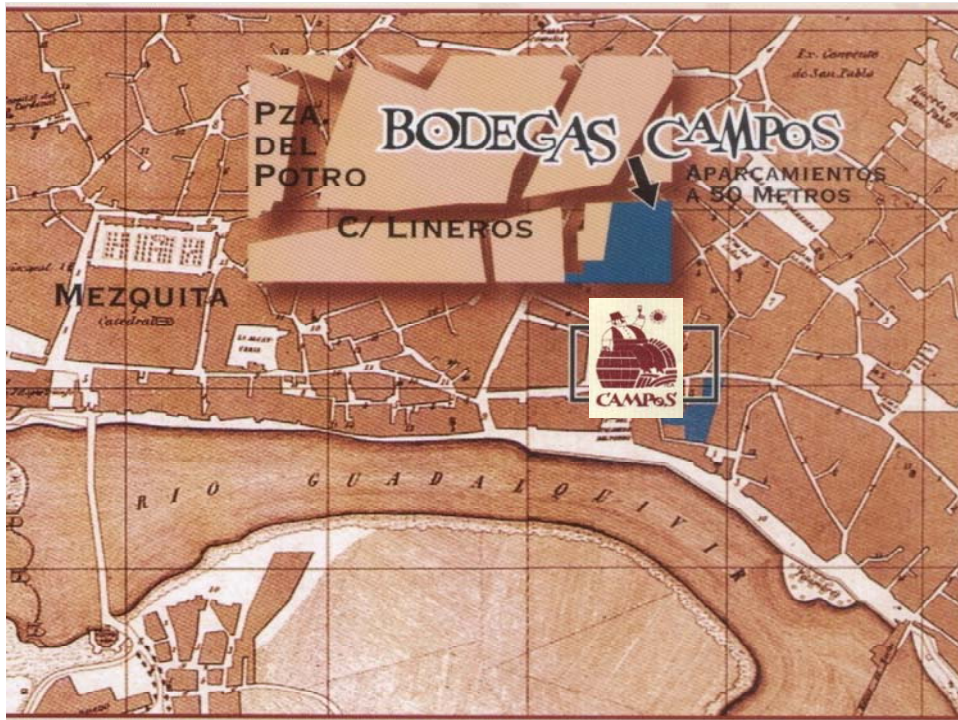


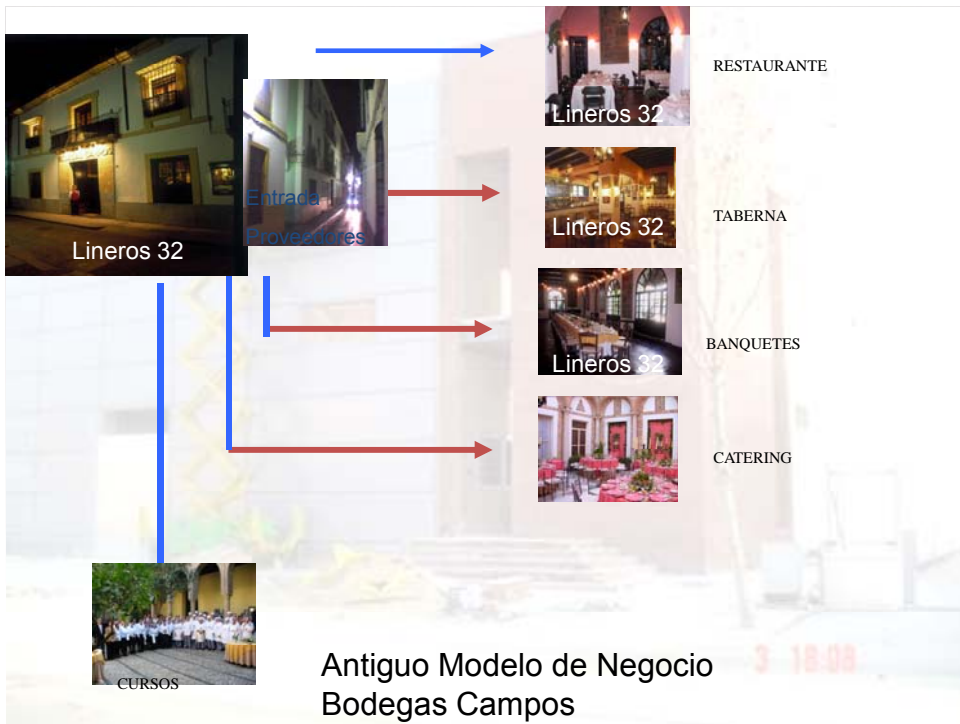
## Bodegas Campos

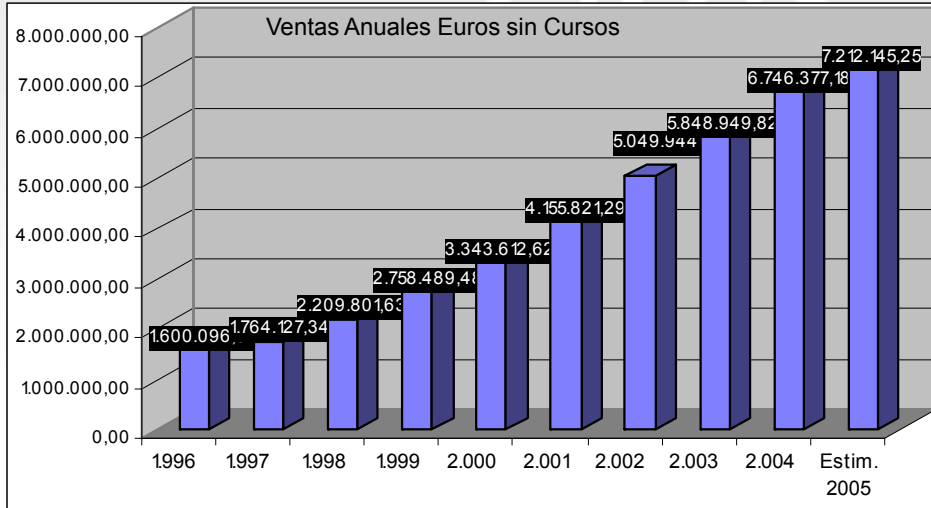
Javier Campos. Director Fundación Bodegas Campos.







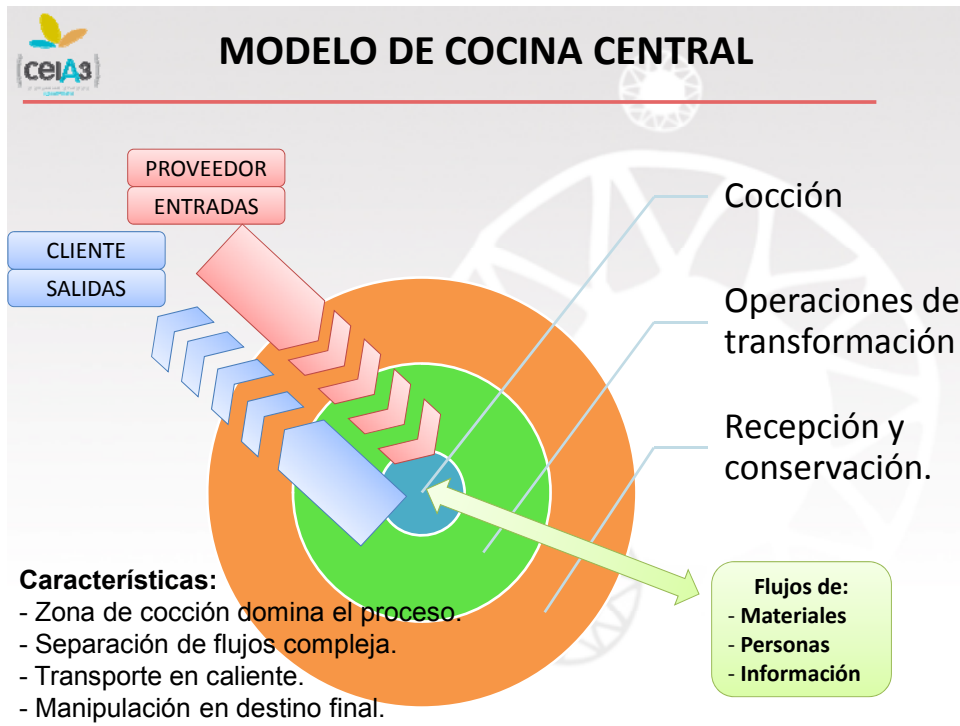




### Años 80 y 90: EL MODELO DE COCINA CENTRAL

- **Años 80:** cambio de la actividad de venta y despacho de vinos a la ACTIVIDAD DE BANQUETES.
    - Legislación sanitaria en España: incipiente.
- ↓
- **Años 90:** comienza el crecimiento en España.
    - Nuevos mercados.
    - Diferentes requisitos del cliente.
    - Nuevos modelos de negocio en las empresas.
- ↓

### MODELO DE COCINA CENTRAL



## PRINCIPIOS SIGLO XXI: EL CAMBIO DEL MODELO

 REFLEXIÓN SOBRE HACIA DÓNDE IR



Ferran Adrià GENTE

### La cocina de ensamblaje

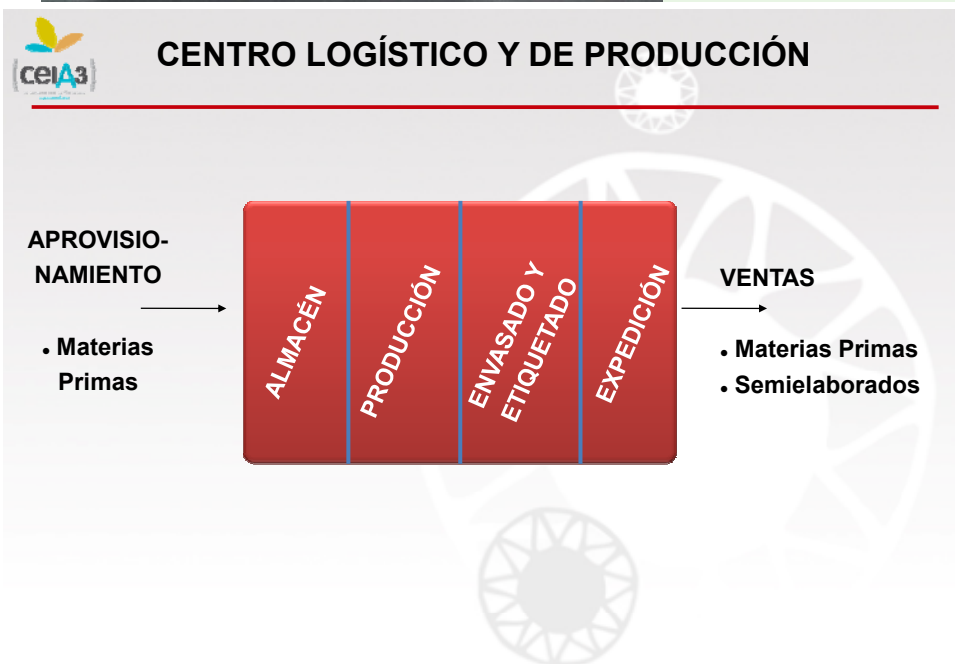
Ferran Adrià 20/08/2003

Vota  Resultado  904 votos  

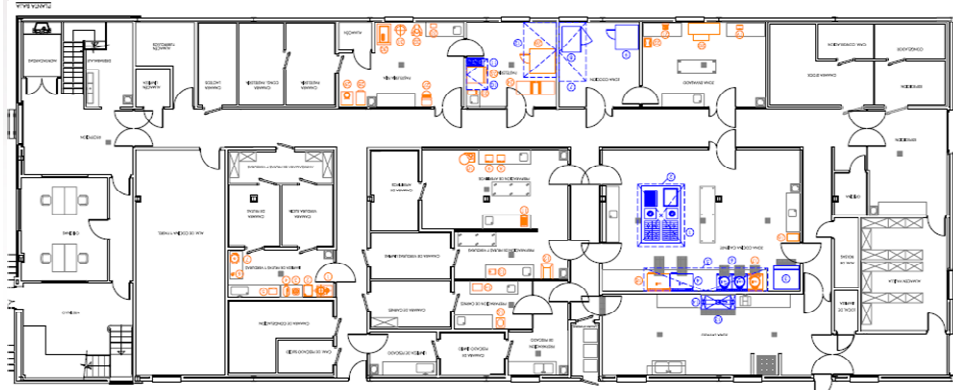
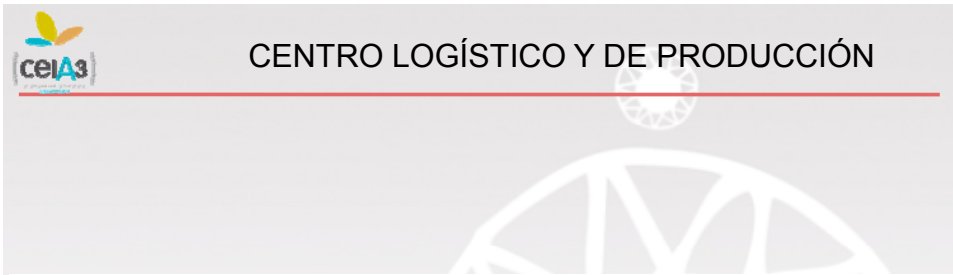
Hay un tipo de restauración pública en el que muchas de las elaboraciones que se utilizan en la cocina (salsas, sopas, verduras limpias, pescado ya racionado, etcétera) no se preparan *in situ*, sino que se compran ya hechas, por lo que al cocinero sólo le queda acabar el plato. Es lo que llamamos cocina de ensamblaje. Esto es algo muy normal en los países del norte de Europa y en Estados Unidos. En la cocina en casa, no es nuevo, ya que a menudo compramos ya hechas salsas de tomate, mayonesas, vinagretas, sopas, helados y sorbetes, etcétera. Estos productos ya forman parte de lo que podemos llamar cocina de ensamblaje casera. Hoy día, esto está creciendo a niveles que facilitan que nos animemos a cocinar más en casa. Hay ensaladas limpias, verduras troceadas, ajo y perejil picado, pescado y carne racionados... También se ha ampliado la gama de salsas y sopas, hasta el punto de que podemos comer un gazpacho natural envasado. También empieza a haber caldos naturales y dentro de poco veremos que para hacer una merluza



**AGROMED**  
CONSULTING

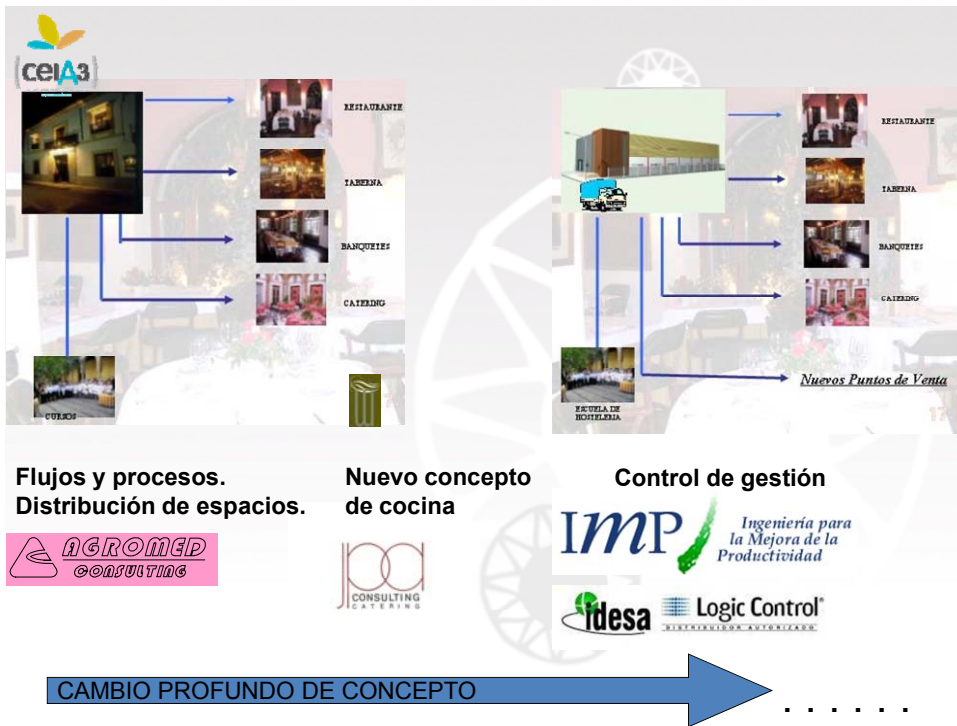








## AÑO 2007: CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE I+G

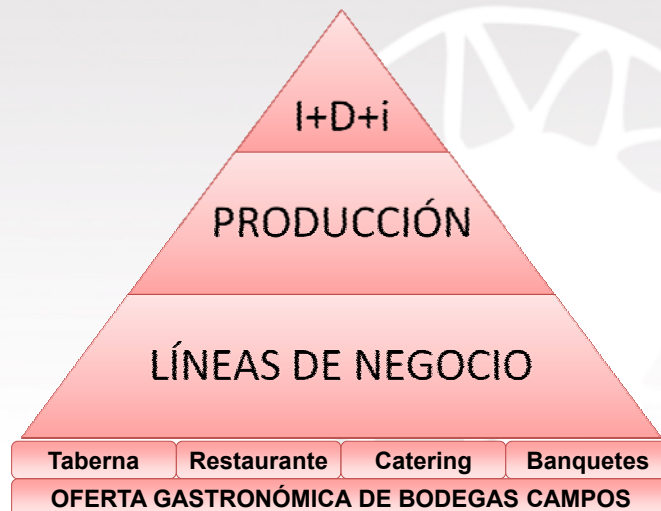


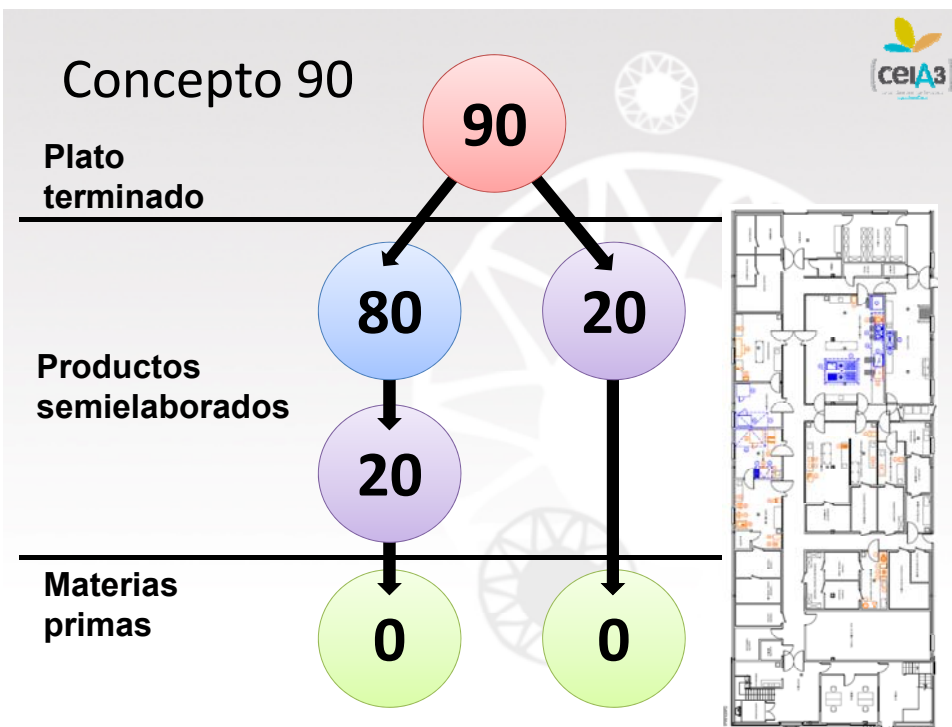


## REFLEXIÓN SOBRE HACIA DÓNDE IR



## NORMALIZACIÓN DE PROCESOS







### CONCEPTO DE FÓRMULA O FICHA 90

**Concepto 90 = Gastronomía + Sanidad + %**

Oferta Gastronómica = Aprovis. + Producción + Cocinas Satélite + (I+G)

Sanidad = PGH + APPCC

% = Materias primas + Costes Personal + Gastos Generales

**90 = Aprov. + Producción + C<sub>s</sub> + [I+G] + SAN + CAL + %**



## 90 TIPO

**FICHA DE COCINA**

9000400013 RABO DE TORO DESHUESADO CON CREMOSO DE PATATA Nivel: 90

Ubicación	1 BANQ Verano 2009	Coste Unitario	5,1844	UD
		Precio Vta Unit	5,1844	UD

Orden	Fom	Componente	Un. necesidad	Coste Ud o Kg	Medida	Coste Ración
5	0	8000100109 RABO DE TORO CON PURÉ ARO GRANDE ELAB.	1,0000	3,3554	UD	5,36
15	0	8140300002 SALSA DE RABO DE TORO ELAB.	0,0800	1,3572	KG	0,11
41	0	2000100001 CEBOLLINO PICADO ELAB.	0,0010	20,4000	KG	0,02



**CARACTERÍSTICAS:**

- ADVERTENCIA: los ciclos de tiempo/temperatura de regeneración del plato pueden variar por múltiples factores externos, como pueden ser tipo de horno (Racional, Lainox, FAGOR...), climatología (humedad, estación del año), cantidad de platos a regenerar, etc. SEA PRUDENTE AL REGENERAR.
- El jugo de carne y el roux oscuro que se mandan son para rectificar la textura de la salsa de rabo de toro si fuera necesario.

**INGREDIENTES Y CANTIDADES:**

Para 1 ración:

- Rabo de toro con puré aro grande: 1 unidad.
- Salsa de rabo de toro: 80 gr.
- Cebollino picado: 1 gr.

Para rectificar la textura de la salsa de rabo de toro si fuera necesario:

- Jugo de carne.
- Roux oscuro.

**MISE EN PLACE:**

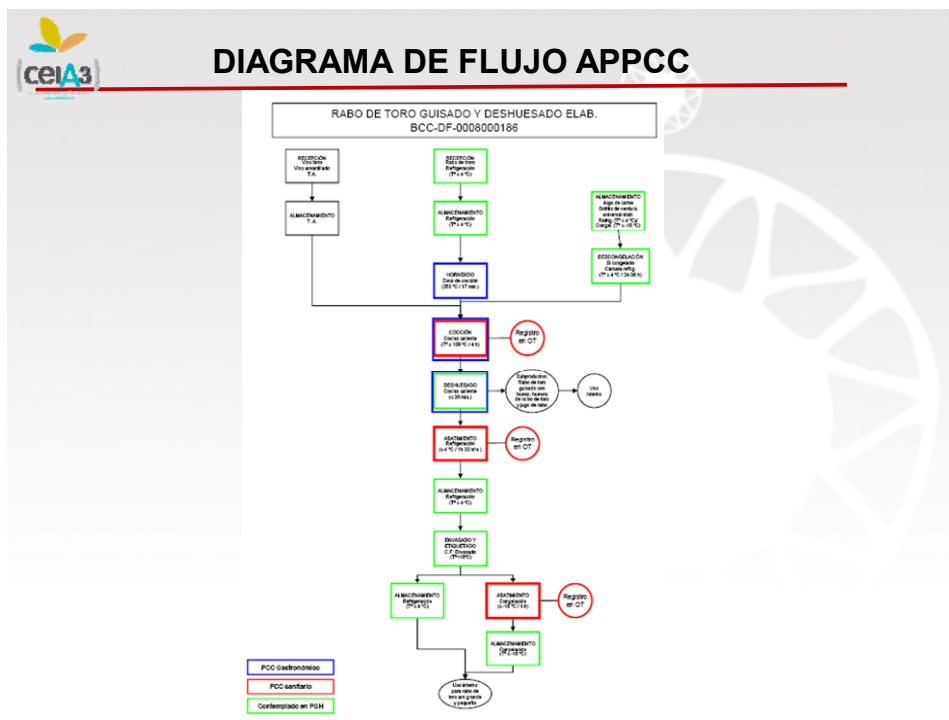
Para BANQUETES:

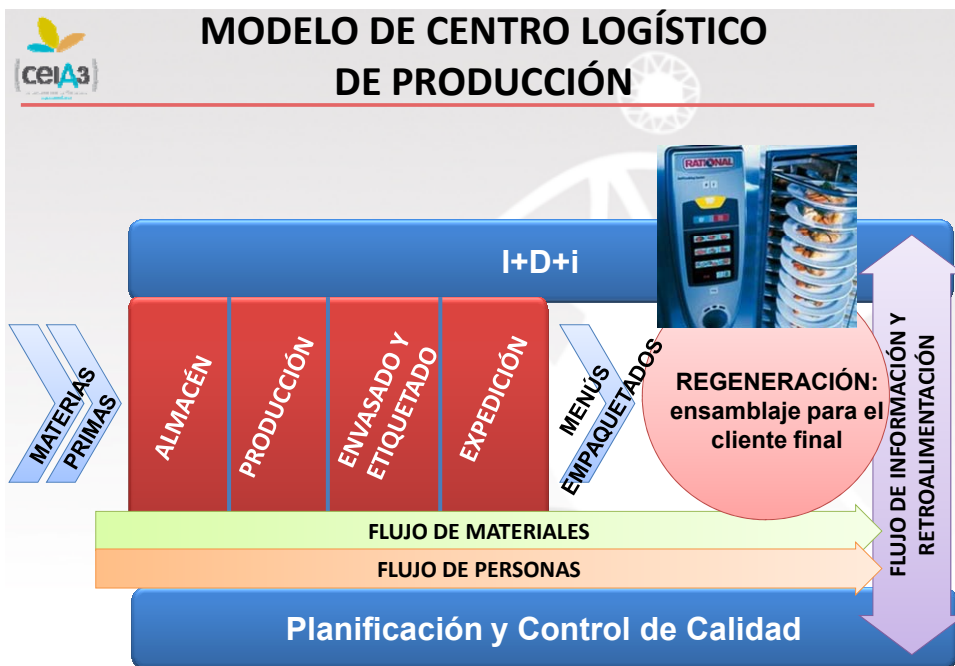
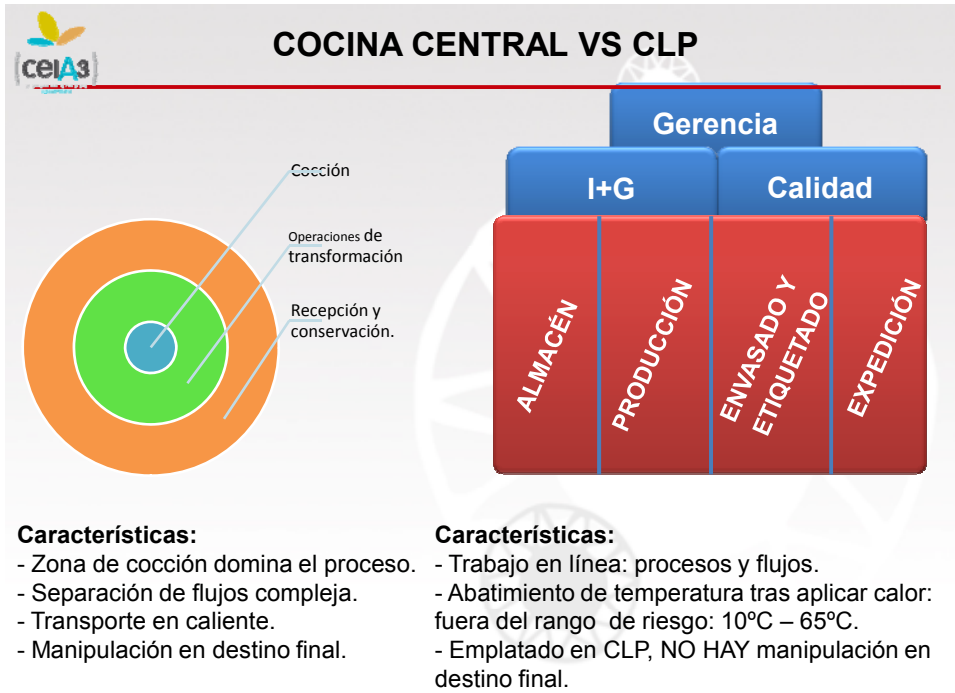
- Comprobar que disponemos de todos los ingredientes para el servicio y el buen estado de los mismos.
- Comprobar que disponemos de la vajilla para el servicio.
- **Calentar la salsa de rabo hasta ebullición y rectificar de sal o textura** si fuese necesario, aligerándola con jugo de carne o espesándola con roux oscuro.
- Precalentar el horno a 150°C 10 minutos antes del servicio.

**ESCANDALLO (COSTES)** →

**PUNTOS CRÍTICOS SANITARIOS.**

**PUNTOS CRÍTICOS GASTRONÓMICOS.**





A slide with a light gray background. In the top left corner is the CEIAS logo. A large, faint circular graphic with a sunburst pattern is centered in the background. A horizontal red line is positioned below the CEIAS logo. The text "CAMBIOS EN LA DEMANDA DE LA ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR" is centered below the red line. Below this title is a list of bullet points. The text "¿Invertimos?" is written in a larger font than the other bullet points. There are red arrows pointing to the right from the words "Invertimos?" and "social" in the list.

- Incorporación de la mujer al trabajo.
- - MERCADO MUY INESTABLE
- 
- - ALTA COMPETENCIA
- - ¿Invertimos?
- Mayor capacidad adquisitiva (y de
- Menor estabilidad social.
- Incremento etnias.





## NUEVOS LUGARES DE CONSUMO FUERA DEL HOGAR

### LUGARES: Decodificando su uso

Lugares	Antes	Ahora
Estaciones de tren	Comprar un billete Viajar	Comprar productos de consumo, comer y beber
Aeropuertos	Tarjeta de embarque Viajar	Comprar productos de consumo, comer y beber Citarse para reuniones
Multicines	Ver películas	Quedar con los amigos Comer palomitas y nachos, beber colas
Gasolineras	Comprar gasolina	Comprar productos de consumo, periodicos, comer y beber

Fuente: D.WEISS. SUMMIT 2005



## NUEVOS LUGARES DE CONSUMO FUERA DEL HOGAR



 **EL RESTAURANTE IKEA**

---

**- IKEA FOOD EN ESPAÑA**

- **VENTAS.**
- 1997: 3,2 millones de €.
- 2007: 33,4 millones de €.

**Disfruta de un respiro en el restaurante**

En Suecia, la "fika" es la pausa para tomar café y forma parte regular del día a día. Es un momento para recuperarse y cargarse de energía. Si vienes a visitarnos, haz como los suecos y vente a tomar un café, un tentempié o un plato caliente a nuestro restaurante. Tienes un menú completo, incluyendo un menú especial para los niños, con un área de juegos para cuando acaben de comer. Para que toda la familia pueda disfrutar de nuestro restaurante... ¡y a qué precio!

En la Tienda Sueca puedes comprar la misma torta para disfrutarla en casa.  
**Torta de almendros €4,350 g.**

**¡Café gratis!**  
Para todos los socios de IKEA FAMILY, en el restaurante, de lunes a viernes. Sólo tienes que enseñar tu tarjeta.

**¡A los niños les encanta!**  
Tenemos un menú especial para ellos al que no podrán resistir.  
**Menú infantil €1**

**IKEA FOOD**

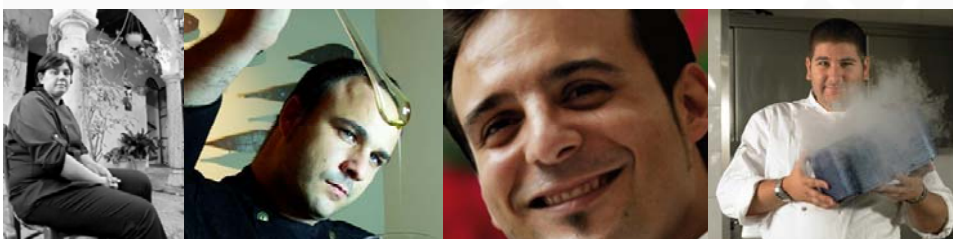
 **ES NECESARIO CAMBIAR EL MODELO DESDE LA BASE...**

---



## EL PROFESIONAL DE HOY TIENE...

- Formación teórica en escuelas de hostelería.
- Experiencia práctica.
- “*Don de cocina*”.
- ¿Cocina tradicional?
- Síndrome Adriá: espuma de lentejas



¿Pero y la **GESTIÓN...**?

¿Cómo se forman para **DIRECTIVOS?**

¿Y la **VISIÓN GLOBAL:** sanidad, costes, instalaciones, procesos....?

[www.andalusianflavour.com](http://www.andalusianflavour.com)

**ALIMENTACION**

**Mercadona elimina 800 referencias y estudia quitar otras 1.200**

La cadena no hará público los nombres de las marcas privadas cuyas referencias ha eliminado ni especificará si se esta decisión ha supuesto sacar de sus lineales las marcas de toda una compañía

18.02.09 - 18:06 -

EFE |

VALENCIA

¿Cómo cae esto a nuestros  
productores?

¿Qué futuro les espera?

