

EL BUFFET: ARTE, SATISFACCIÓN Y ECONOMÍA

M. Sc. María Milagros Lorenzo Delgado¹

1. Centro de Capacitación del MINTUR “José Smith Comas”, Delegación Territorial Matanzas, Cuba. milagros.lorenzo@ehtv.mintur.tur.cu

Resumen.

Antecedentes históricos de su aparición como servicio de restauración. Definición, tipologías y clasificaciones (según tipo de actividad, finalidad y de sesión del día). Formas del servicio (emplatado, directo o a la americana; a la inglesa, a la francesa, de gueridon, a la rusa. Características y atributos, decoración y montaje de mesas, aplicación de la teoría cromática (aspectos perceptivos: tonalidad, claridad y saturación; colores cálidos, fríos y sus combinaciones, según tipos de alimentos y efecto visual a lograr; la iluminación. Su importancia. Tipos de iluminaciones – directas e indirectas - aplicables). Los tres niveles en la presentación de los buffets, decoraciones con comestibles. Servicio de más calidad sin incrementos de costos. Mantelería, cubertería, cristalería, servilletas (consejos sobre su uso). Ponderación de calidad de mesas buffet. Noches Temáticas. El menú, según tipo de refacción.

Palabras claves: restauración, mesa buffet, tipos de buffet, decoración de buffet.

Introducción.

Antecedentes Históricos

Los primeros países que comenzaron a emplear un tipo de servicio más bien familiar fueron los países escandinavos: Noruega, Finlandia, Dinamarca, entre otros.

Factores que condicionaron la emergencia del buffet como tipo de servicio de restauración:

1. Hábitos Socioculturales: en numerosas ocasiones el hábito de comer se ha convertido en un periodo o momento informal ya que permite al comensal desprenderse de actitudes formales.
2. Rapidez: el cliente no tiene que esperar, la misma marca el ritmo de su comida en dependencia de sus necesidades.
3. Oferta abundante: motivado por la diversidad y variedad, el cliente tiene la posibilidad de escoger con mayores posibilidades de manera que las probabilidades de quedar satisfecho aumentan.
4. Precio: los clientes consideran que la relación Calidad-Precio-Cantidad, representa un plus por encima de lo que se paga.

Buffet:

- Mesa situada en la zona central o visible del comedor en la que están expuestos los manjares.
- Sinónimo(s): Mesa de buffet
- Tipo de servicio de restauración que presenta los alimentos en bandejas y cestas sobre varios tableros, dispuestos en gradas, con elementos decorativos (mesas de buffet). Existen buffet frío, caliente o mixto.
- También encontramos así la definición: un servicio donde los productos son expuestos en mesas calientes y frías para que el libre se sirva él mismo y de forma directa. También recibe el mismo nombre en los restaurantes, hoteles, la propia mesa en la que se ofrecen los diferentes platos, bebidas, etc.

Tipos de buffet:

- Evento: Consiste en una fiesta con gran esplendor, bodas, cumpleaños, apertura de una exposición, congresos.
- Concursos: es un tipo de evento específico donde deben colocarse mesas de iguales dimensiones para que todos los invitados tengan igual lucimiento.

- **Diario:** Supone un esfuerzo continuo de la cocina para la presentación día a día del Buffet, aunque facilita enormemente el servicio al cliente. Muchos de los hoteles que funcionan con este tipo de Buffet tienen grandes cocinas bien equipadas.

Otra forma de clasificar los Tipos de buffet:

De mañana (desayuno).

De brunch (palabra compuesta, resultante de la unión de partes de las palabras *breakfast* y *lunch*). Es un híbrido de desayuno con almuerzo, servido en un horario intermedio respecto a los habituales en que se sirven esas dos refacciones. Es típico de los países anglosajones.

De tarde o comida.

De cena.

Se dividen en fríos y calientes, y hasta el postre.

Principales características de los buffets:

El buffet." puede ser frío, caliente o mixto (platos fríos y calientes). Los alimentos presentados deben ser sencillos de servir y de comer. Seguramente no encontrará en buffets caracoles, sopas y otros platos engorrosos de servir o de transportar. Como característica principal, podemos indicar que aquí se permite servir varios alimentos en un mismo plato, por lo que se prescinde también, en lo posible, de las salsas. A la hora de servirse, utilizar los cubiertos que hay en las bandejas, y no usar los propios.

Formas de realizar el servicio

- **Emplatado, directo o a la americana.** La comida de cada comensal viene dispuesta en el mismo plato donde será consumido. Es el servicio más simple y más extendido en España. Es más barato y el plato se le coloca al cliente por la derecha.
- **A la inglesa.** Los manjares vienen en una fuente, sirviéndose de esta al plato del cliente. El servicio se realiza por la izquierda del cliente.
- **A la francesa.** Es similar al anterior, pero con la diferencia de que, en lugar de servir el camarero, es el propio cliente quien se sirve, sosteniendo la bandeja el camarero. El servicio se realiza por la izquierda.
- **De gueridon.** Servicio mixto que incluye a manjares que vienen de la cocina en una fuente que se coloca en el gueridon. El personal sirve en el gueridon, de la fuente al plato, y lo sirve a los comensales por su derecha.

- A la rusa. Es equivalente al de gueridon, donde antes se presentaron las fuentes a los comensales. Suele usarse si la presentación de los manjares es exquisita. Una norma que debe tenerse presente es que una vez presentada a los comensales, la fuente no debe salir de su vista, o sea, todas las labores de trinchado y de servicio deben hacerse en la mesa auxiliar.
- De buffet. Es una mesa donde se presentan una serie de manjares con dos finalidades distintas:
 - La exhibición de los platos que se ofrecen y/o
 - El autoservicio del mismo.

Dependiendo de su fin, los buffets se clasifican en:

- Buffet de presentación. Sirve para presentar algunos platos al cliente insinuando su petición y para eso se coloca en lugares estratégicos para que el cliente cuando entre pase por delante de él. Su montaje es frecuente en restaurantes y su contenido es variable. En ocasiones se expone la repostería y según la hora de servicio hay más variedad como fiambres, quesos, asados, etc. Todos estos productos aparecen en la carta, pero el hecho de aparecer de forma atractiva es un reclamo para su consumo. El buffet tiene que prepararse con gusto para que cumpla una doble función:
 - Decorar el local.
 - Despertar el interés del cliente.
- Buffet de utilización. -Su montaje es más frecuente en las recepciones y aquí los comensales comen en su plato lo que desean, bien tomándolo de las fuentes ó solicitándolo al personal del servicio. En este caso el buffet se dispone en una o varias mesas en un lado de la sala, y si los asistentes están de pie bastara con colocar suficientes mesas auxiliares para que depositen los platos y la cristalería después de usados. En otros casos, las mesas se disponen solo con los complementos (ceniceros, saleros).

En el caso de los desayunos, se dispone en el buffet que las mesas estén dotadas solo de azúcar (en estuche), mantequilla y mermelada.

Características y Atributos:

- Confección del menú, elaboración y presentación de platos con oferta variada, balanceada y con buen efecto visual.
- Garantizar la temperatura adecuada para cada tipo de alimento, así como los equipos o mobiliario necesarios y suficientes para contenerlos y mostrarlos.

➤ Ubicación de los alimentos siguiendo una secuencia lógica de flujo de proceso, de acuerdo con el orden en que suelen ser consumidos.

Decoración y montaje de mesas.

Es necesario adiestrarse en el uso de la teoría de los colores.

Al conocer los parámetros psicofísicos del color, todas las experiencias cromáticas se caracterizan al menos por tres diferentes aspectos perceptivos:

- Tonalidad
- Claridad
- Saturación

La *tonalidad* es lo que define a un amarillo como diferente a un naranja o un verde o un rojo de un negro, etc. El color así definido es una característica de la superficie tal y como la percibimos, vinculada con su reflejo espectral y prescindiendo de otros factores. Sin embargo, pueden variar según el fondo o los colores adyacentes, o por efecto de la diversidad de la iluminación según las horas del día o las condiciones atmosféricas.

La *claridad*, o sea, la sensación de que un color parezca más luminoso o más oscuro que otro, rige el “valor” del color. Está condicionada en parte por la intensidad y en parte por la estructura nerviosa de la retina. La sensibilidad de la retina y a diferentes longitudes de onda determina en gran medida que color ha de mostrarse más luminoso o más brillante. El amarillo, por ejemplo, parece más claro que el azul o el verde, pero también depende de la luminosidad y de la capacidad de adaptación del ojo.

La *saturación* es la medida del contenido auténtico del color en una sensación dada. El grado de saturación varía dentro de ciertos límites junto con la claridad, cuando aumenta o disminuye la intensidad de la iluminación o la duración del estímulo y también en relación mediana por periférica del área reticular.

Es evidente que la luz y el ojo son dos factores que determinan las diferencias de tonalidad, saturación y luminosidad, son relativamente independientes entre sí de modo que, en determinados casos, uno de esos tres aspectos perceptivos puede variar sin que se alteren los otros. En realidad, hemos visto que se trata de un sistema complejo, constituido por elementos físicos, químicos y fisiológicos. Lo mismo podríamos decir de la luz, que puede variar según la estructura de las radiaciones, la intensidad de la iluminación y su cualidad de natural o artificial.

Colores cálidos y fríos.

- Consideramos generalmente colores *cálidos*, por asociación con la luz y el fuego, al rojo bermellón o cinabrio y a las tierras rojas, a los amarillos derivados del hierro, desde los más pálidos hasta los rojizos y pardos, al naranja y otros similares. Es más cálido de todos ellos es el rojo-naranja denominado rojo de Saturno.
- Se identifican como colores *fríos*, por asociación con el agua y la luz lunar, al verde-azul, al violeta tenue y aquellos colores en los que predominan las diferentes tonalidades de azules (el azul de Prusia, el ultramarino, el celeste, el turquesa y el ciano, llamado también azul de agua). El más frío de todos es el azul verde u óxido de magnesio.
- Es importante que el verde pueda mostrarse más frío o cálido según se encuentre cercano a colores más cálidos o fríos. Del mismo modo, todos los colores, incluso el más cálido y el más frío, pueden aparecer más cálidos o más fríos según se encuentren cercanos a tonos fríos o cálidos. El color, efectivamente, es el resultado de una sensación. Así el rojo-naranja se muestra más cálido si está rodeado de colores fríos: El azul-verde aparece más frío junto a un naranja y menos frío a un lado de un verde-azul, etc.

El color juega un papel importante en la presentación de los alimentos o mercancías. Muchos de los fracasos en la presentación de un producto se deben a la ignorancia de los efectos producidos por el contraste de los colores.

Los alimentos o mercancías coloreadas deben presentarse sobre fondos neutros y según las relaciones de contraste requeridos:

Los oscuros, sobre recipientes tenues o claros; los claros sobre colores intensos u oscuros.

El blanco se muestra más blanco junto al negro. Un alimento blanco sobre fondo negro parece más grande que sobre fondo blanco.

Consecuentemente, hay presentaciones de colores calientes, de colores neutros y de colores fríos.

El color del recipiente debe ser el adecuado, de acuerdo con lo que se quiera resaltar y en dependencia de lo que se va a servir. Luego entonces, se pueden lograr tanto las sensaciones opuestas:

De frío.

De calor.

Como las gamas de sus elementos mediadores:

Zonas templadas, semi-cálidas (apropiadas para bollería, panadería, cereales, semillas, etc.)

Zonas semi-calientes (útiles para fiambres, frutos secos, jamón serrano, embutidos, etc.).

Zonas semi-frías (lácteos, quesos, mantequilla, pastelería, etc.).

De limpieza y transparencia: colores blancos (son muy apropiados para cubrir bandejas, cestas, cubertería, vajilla y zonas de apoyo).

La iluminación. Su importancia. Tipos de iluminaciones aplicables al buffet.

La iluminación forma parte de los elementos que más pueden incidir en la apariencia que brinda un buffet al momento de ser presentado. Una iluminación adecuada puede hacer más llamativo un producto de poca demanda o convertir al producto de más calidad en el menos apetecible. Con esto podemos ayudar a dirigir los instintos de nuestros clientes hacia los productos que deseamos sean los más consumidos y alejarlos de los máscaros.

Una zona del buffet puede tener montado todo lo necesario y, sin embargo, ser invisible para el cliente. Basta que sea demasiado pequeña y, consecuentemente, esté excesivamente cargada de platos, sin iluminación suficiente que facilite distinguir los diversos alimentos.

Tipos de iluminaciones

Directas: Inciden directamente sobre el producto. Generalmente poseen los colores apropiados para el interés de la empresa, ya que, en dependencia de tales intereses, estos pueden resaltar u opacar uno u otro producto.

Indirectas: Son las que, instaladas convenientemente, pueden inducir un ambiente determinado en las distintas aéreas del buffet. No inciden directamente en los productos, pero si en las estaciones o islas. Intervienen decisivamente en el estado de ánimo de los individuos.

Después de la incursión en el cromatismo aplicado a este tipo de servicio de restauración, se recuerda como muy importante al montar un buffet, bien sea de desayuno, almuerzo o cena; cuidar de detalles como el color conveniente de la mantelería y servilletas y colocar el centro de mesa apropiado. Por ejemplo, un centro de mesa colocado como continente de un pequeño *corsage* de flores naturales, frescas y de colores claros; es muy adecuado para el servicio de desayuno.

Teoría de los niveles en la presentación de los buffets:

El *primer nivel* está compuesto por los elementos que más interesa consumir. Son de bajo costo y de fácil acceso para el cliente, aunque a veces se presentan productos enteros, sin porcionar. En estos casos será el mismo cliente quien se sirva y su consumo es difícil de controlar.

La presentación debe mantenerse con una textura fresca y apetitosa, esto se consigue fácilmente ya que son los productos que tienen contacto con las pistas de frío o hielo *frappé*, En la oferta caliente ocurre lo mismo: Los recipientes deben que mantener las temperaturas necesarias en las placas calientes o chaffing-dishes. La reposición será constante, manteniendo sus aliños o salsas en su punto adecuado.

El *segundo nivel* consta de una oferta estable de fuentes, platos, bols o recipientes adecuados.

Los productos estarán escalonados, cortados o porcionados y dispondrán de la asistencia necesaria (platos, pinzas, cucharas, bols, etc.) de fácil acceso, que ofrezcan una visión y resulten atractivos para el cliente.

El segundo nivel se consigue con relieves, piezas de policarbonato, soportes de acero o hierro forjado, así como pies de cerámica como los de tartas y apoyos adoptados. Los productos expuestos en el segundo nivel son regularmente más costosos.

El *tercer nivel* realiza las decoraciones de identificación, estáticas o movibles. Son las que representan al producto ofrecido y siempre tienen que guardar relación con el mismo.

Ejemplos:

- Bollería/Panadería. Su decoración puede estar compuesta de espigas de trigo u otros productos relacionados con la elaboración del pan. Pueden emplearse también reproducciones de obras de la plástica que representen espacios como bodegones o áreas gastronómicas de viejos hostales con mesas de naturalezas muertas, donde aparezcan piezas de panadería y/o repostería en maridaje con el resto de los alimentos y bebidas.
- Ensaladas. La decoración puede incluir frascos o botellas de aceite refinado para perfumarlas con variados gustos: romero, tomillo, guindillas, ajos, etc.; así como recipientes rellenos de aceitunas, pepinillos, pimientos, espárragos, etc.
- Los quesos. Pueden acompañarse con decoraciones estáticas en forma de reproducciones de obras de la plástica, donde se les represente como parte de paisajes que representan la cultura de una región, zona o país, que son reconocidos asiento de denominaciones de origen en la fabricación de quesos(de Suiza, Holanda, Italia,

Francia...). También, de naturalezas muertas (planimétricas o a relieve), en las que aparezcan quesos en maridaje con piezas de pan, copas de vino, frutos secos, higos, pasas, ciruelas, orejones, cestas de uvas frescas, aceitunas, etc.; así como frascos rellenos de quesos porcionados...

Es muy común en los buffets actuales, junto con las presentaciones de pomos llenos de encurtidos, granos, cereales, escabeches, compartir su espacio y con premeditado desorden, objetos diversos: obras de arte (pinturas, cerámicas, grabados, ...), telas industrial o artesanalmente diseñadas con colores llamativos, libros, velas, faroles y relojes viejos, jarrones, etc., para aumentar el atractivo de los buffets. Esa tendencia en progreso a escala global tiene un doble propósito:

1. Ambientar y decorar el local, dándole una atmósfera intimista de cercanía y familiaridad.
2. Ocupar espacios que, de lo contrario, deberían ser cubiertos con más comestibles, lo que atentaría contra los costos del servicio.

Decoraciones con comestibles

Las decoraciones con comestibles constituyen la más clásica de las formas de hacer atractivo un buffet. Después de las iniciales, toscas y primitivas decoraciones aparecidas en los inicios de dicha modalidad de servicio, el arte con comestibles tuvo un acelerado proceso de desarrollo que fue conduciendo el buffet al lugar que ocupa hoy en día. Trabajos con carnes, vegetales, frutas, embutidos, quesos, etc., dieron paso a los más actuales, hechos con mantecas, chocolates, hielo y espumas solidificadas, entre muchas otras variantes combinables.

¿Satisfacción vs economía?

En muchas ocasiones escuchamos a colegas exclamar frases como *brindar calidad si se quieren costos bajos*. Los precios de las materias primas, en algunos casos, han subido en los últimos 10 años un 25y hasta un 40 %su costo de adquisición. Esto ha conllevado a poner un problema aún mayor en manos de los que ofrecen el servicio de restauración. La disyuntiva de subir los precios de venta atenta contra la comercialización, ante una competencia que se aprovecha de cada una de nuestras fallas en el negocio. Subir los precios nos puede sacar del mercado, si la competencia hace dumping. La otra opción, sería bajar la calidad y cantidad de los productos ofertados, lo que es desacertado, ya que el rechazo a una mala oferta puede ser el comienzo de una descomercialización acelerada.

Muchas de las quejas o insatisfacciones que recibimos por parte de los huéspedes, tienen que ver con la poca variedad de la oferta de nuestros buffets. Y tienen razón en sus quejas. Más allá de los constantes problemas de abastecimiento, que son bien reales y que originan la principal causa de la poca variedad, debemos imponer nuestras ideas y deseos de hacer

bien nuestro trabajo para lograr un producto cada vez mejor. Muchas veces nos encontramos ofertas donde el estándar exige una cantidad determinada de un género específico y de cuatro o cinco variedades exigidas solo hay disponibles una o dos. A continuación, brindaremos algunas de nuestras ideas que pensamos puedan ayudarle, en caso de que se disponga de las cinco variedades de queso más demandadas y se quiera ofrecer un servicio de más calidad sin incrementos de costos.

Estándar de quesos de hoteles Gran Caribe 4 estrellas plus: 5 variedades.

Ejemplo 1:

De las 5 variedades, el Gouda cuesta \$4.50 CUC el kg, y el Blanco, \$3.25.

Queso Gouda. 15.0 kg. x \$4.50 CUC = \$67.50 CUC.

Queso Blanco. 7.0 kg. x \$3.25 CUC = \$22.75CUC.

Total: 22.0 kg de sólo 2 de las 5 variedades de queso, generaron un gasto de \$90.25 CUC.

Sin embargo, si se reduce la cuantía de oferta de las 2 variedades mencionadas, se puede ofrecer un mejor servicio: en el Ejemplo 2, la misma cuantía total de queso (22 kg), distribuida en las 5 variedades, costó prácticamente lo mismo que en el Ejemplo 1:

Ejemplo 2:

Queso Gouda. 8.0 kg x \$4.50 CUC = \$36.00CUC.

Queso Blanco. 6.0 kg x \$3.25CUC= \$19.50CUC.

Queso Crema. 3.0 kg x \$2.50CUC=\$7.50 CUC.

Queso Camenbert. 2.0 kg x \$6.75 CUC= \$13.50 CUC.

Queso Brie. 3.0 kg x \$7.40CUC= \$22.20CUC.

Total 22.0 kg = \$98.70 CUC.

Potenciar las áreas de productos más baratos, aumentando la variedad de panes, pastelería y repostería en general, ubicación acertada directamente a la vista del cliente, buscando desviar su atención hacia dichas islas; ayudan a reducir el consumo de productos caros.

Los sistemas actuales de buffet conjugan características de las dos principales modalidades (libre y asistida), ayudan a consumir menos productos y a la vez llegan mucho más frescos al cliente.

Mantelería.

- Debe usar muletón.
- Debe cubrir por completo la mesa, pero sin colgar hasta el suelo.
- Nunca deberá quedar corto dejando al descubierto el muletón.
- Deberá ser blanco, de colores suaves o marfil (aunque existen nuevas corrientes sobre este particular).

Cubertería.

- Es un elemento imprescindible en cualquier mesa.
- Varía en cuanto a diseño y tamaño.
- El material más utilizado para su fabricación es el acero inoxidable.
- Se prohíbe el uso de cubertería plástica o madera.
- Resulta conveniente la doble monta en plaza (doble cuchillo y tenedor trincherero).

Cristalería.

- La copa para agua solo para servicio de almuerzo y cena, colocándose a la derecha del comensal y perpendicular a la punta del cuchillo.
- La copa para vino se coloca seguido de la copa para agua e inclinada a esta.
- Las copas no deben tener diseños complicados para que sea fácil su reconocimiento.

Servilletas.

- Pueden ser de tela o papel, las de papel se utilizan principalmente para el desayuno y las de tela en el almuerzo y la cena.
- Las de tela se colocan generalmente a la izquierda del plato, pero nunca dentro de la copa.
- Deben manipularse lo menos posible.

Otras consideraciones:

- En el servicio de desayuno, situar la taza para café con leche sobre el platillo base a la derecha del comensal, sustituyendo a la copa para agua destinada para almuerzo y cena.

- Los líquidos fríos en el servicio de desayuno, serán servidos por los comensales directamente de los dispensadores en vasos de 6 u 8 onzas, dispuestos en la línea de servicio, siempre boca abajo y sobre un paño.
- Las cucharitas de postre para el desayuno deben colocarse paralelas al puesto del comensal y con el cabo hacia la derecha, en el almuerzo y la cena pueden colocarse en la línea de servicio.

Las ofertas pueden conformarse y dosificarse atendiendo a:

- Segmentos de mercado, en concordancia con los hábitos alimentarios o tipos de alimentos que deseen consumir los clientes,
- Categoría de la instalación hotelera.
- Precio a pagar por el cliente.
- Disponibilidad de productos en la instalación, características de la misma.

Factores esenciales que determinan el nivel de calidad de una mesa buffet:

- Variedad de tipos de alimentos, colores, olores, sabores, texturas, cortes, formas de cocción y otros recursos de presentación.
- La excelente elaboración de los platos.
- Mantenimiento durante el servicio de las temperaturas indicadas.
- Diversidad y atractivo de los elementos de ambientación y decoración interior del salón y área gastronómica.
- Empleo de recipientes de varios diseños, apropiados para el tipo de alimento que se sirve y a las características del lugar.
- Adecuada decoración según el tipo de alimento, predominando la sencillez y el buen gusto.

Se sugieren Noches Temáticas:

Noche Marinera (lunes).

Noche Mexicana (martes).

Noche Italiana (miércoles).

Noche Española (jueves).

Noche Cubana (viernes).

Noche China (sábado).

Las noches temáticas no son necesariamente fijas y obligatorias en el calendario. Pueden anunciarse cuando sean oportunas y el criterio de oportunidad tiene como referente stocks de alimentos afines que provienen de una zona geográfica, mientras hay déficit de los que vienen de otras zonas. Por ejemplo, habiendo disponibilidad de harina de trigo, pastas largas y cortas, las carnes y los quesos adecuados; una noche temática italiana ayuda a paliar el aludido déficit.

En todo caso, no se corren riesgos de rechazo por los comensales, si la relación temática de noches es como la arriba expuesta, debido a que las noches están ocupadas por cocinas que son reconocidas patrimonio cultural de la Humanidad; excepto la cubana (a las que los turistas se ven motivados a asistir por su interés en conocer la cultura gastronómica del país receptor).

Para la confección del Menú se debe tener en consideración los diferentes tipos de menú existentes:

- Desayuno: componentes variados. Se tienen en cuenta elementos como jugos de frutas, panes dulces, pasteles, tostadas, mantequilla (no usar margarina, que es objeto de rechazo universal por sospechas de ser cancerígena), confituras y bebidas calientes.
- Almuerzo y cena: estos a su vez pueden clasificarse en simples o compuestos.
 - Los simples están formados por aperitivos o sopas, ensaladas, platos principales con su guarnición, postres e infusiones.
 - Los complejos a su vez están formados por aperitivos, consomé, sopas, entrantes o platos volantes, mariscos, pescados, huevos, pastas, seso, ensalada, plato principal con guarniciones, postres e infusiones.
- Especiales: se conforman para diferentes ocasiones y tipos de clientes: cumpleaños, bodas, etc.; donde pueden participar vegetarianos, niños, personas de la tercera edad, deportistas, diabéticos entre otras.

Cocina.

- El Chef realizará la reunión del día en la que participan el Sous-Cheff y el Jefe de partida, analizándose los aspectos siguientes:

Cantidad de comensales

Modificaciones del Menú

Nuevas sugerencias

Tareas a realizar

- Se realizará la *mise en place* del menú, determinado en el plan de Buffet.
- El Sous-Chef y/o Jefe de partida controlarán la calidad, peso y corte de las carnes, frutas, vegetales y otros alimentos.
- El chef o Sous-Cheff aprobarán el cumplimiento de los estándares de los alimentos (cocción, temperatura, peso, montaje y presentación).
- El buffetier realizará la distribución teniendo en cuenta:
 - Diferenciación de los alimentos fríos o calientes.
 - Criterios de color.
 - Espacios.
 - Ubicación por zonas o Islas.
 - Decoración complementaria.
- El Chef supervisará el montaje y la distribución de las fuentes.
- El buffetier repondrá las bandejas o fuentes una vez que se haya consumido hasta las 3/4 partes del contenido.
- Siempre se llevará la fuente de reposición antes de retirar la fuente a reponer.
- Las fuentes y recipientes siempre se trasladarán tapados.
- No deben evidenciarse espacios vacíos en la línea de servicio.
- Durante el servicio el buffetier revisará el buen estado y presentación de los alimentos, así como el orden y limpieza del Buffet.
- No se retirarán los recipientes del Buffet hasta que todos los clientes se hayan retirado.

- El Chef supervisará el retorno definitivo a la cocina de los alimentos no consumidos para su posterior aprovechamiento.
- El buffetier y el ayudante realizarán la limpieza de los muebles de servicio.

Salón.

- En el restaurante se realizará la *mise en place* sobre la base del menú determinado en el plan de Buffet
- Los clientes serán recibidos por el Jefe del Salón o el Capitán, los que abrirán la puerta y darán la bienvenida.
- Se indicará a los clientes la disponibilidad de plazas, previa pregunta si desean acomodarse en el sector de fumadores o no fumadores.
- Al acomodarse los clientes, el dependiente le preguntará que desean beber (agua, refresco, cerveza o vino) que puede ser o no servida por este.
- El dependiente estará atento para reponer la cubertería cuando sea necesario y retirar los platos y servicios terminados.
- Se retirarán todos los servicios antes de transcurrir 3 minutos de haber abandonado el cliente la mesa y se limpiará y cambiará la mantelería de ser necesario, procediendo por último a la remonta de la mesa.
- Una vez concluido el turno o sesión (desayuno almuerzo o cena) se realizará la limpieza del local y el mobiliario, recogiendo debidamente los insumos.

Ventajas.

- Implica la disposición de los alimentos y determinadas bebidas, mesas, soportes y recipientes adecuados, así como los insumos necesarios; todos en una línea de servicios coherente y funcional, posibilitando que cada comensal se sirva a su gusto.
- Facilita ingerir a voluntad brindando una mayor flexibilidad en el acto de la comensabilidad.
- Permite mayor fluidez en el servicio.
- Propicia mayor diversificación en la composición y presentaciones de los platos facilitando su elección.

- Se ahorra personal del área de servicios de restauración.
- Los ingresos son mayores y los costos bajan.
- El mueble Buffet también vende productos abundantes, productos naturales, preparación sencilla, la decoración la hace el propio producto natural o elementos naturales externos al producto.
- Alta tecnología para la conservación e higiene de los productos.

Desventajas

- Frena el empleo de las técnicas aprendidas por la pasividad de los huéspedes en las horas del desayuno, almuerzo y cena.
- No permite a los dependientes servir las bebidas u otros líquidos en el tiempo oportuno, debido a la cantidad de mesas en ocasiones excesivas que se distribuyen por dependientes.
- El Capitán o capitanes se ven imposibilitados en muchas ocasiones para desarrollar las técnicas, demostrando su profesionalidad en su rango de mesas a chequear, como también fiscalizar y controlar, debido a la ayuda que debe prestarles a sus subordinados.; al mismo tiempo es raro ver a un Capitán realizando algunos rituales como el despine, deshuese, trinchado etc.
- El trabajo del dependiente en muchas ocasiones tiende a desmotivar, pues este no llega a alcanzar su realización profesional, ya que su trabajo en la gran mayoría de los casos se reduce a desembarazar las mesas y reponer la monta oportunamente. Se pierde un poco la interacción con los clientes.
- Se pierde el servicio de coctel ería en la mesa Buffet por no existir un bar donde se le pueda ofrecer aperitivos, cócteles de medianoche, aperitivos o calientes.
- Debemos recordar que, en el negocio de la restauración moderna, día a día nuestros clientes se vuelven verdaderos gourmets, debido a que cada día son más cultos y conocedores de este mundo y, por tanto, más exigentes.
- Por otro lado, la competencia que nos acecha es cada vez más feroz, surgen nuevas ofertas variadas, creativas y con precios muy atractivos. Más allá de la satisfacción que se logre, están llamados a triunfar quienes más se acerquen a la realización de los sueños y fantasías de nuestros clientes.

Conclusiones.

El texto es el resultado de la experiencia profesional de la autora quien se fundó en el principio newtoniano de tratar de percibir el mejor conocimiento, basándose en lo logrado por especialistas con obras de buena factura intelectual, debido a su alto valor teórico-práctico. En consecuencia, se expuso lo mejor que la autora captó, en el meta-análisis que ella hizo de obras de reconocida valía en el estado del arte, cuya relación sumaria se expone en la bibliografía.

La gestión de la mesa buffet es más rica en determinaciones que lo que podamos predicar y realizar sobre ella. El proceso de diseño, montaje, decoración, y dinámica de reposición de los alimentos, es tan original como creativa sean las personas que de esa gestión se encarguen.

En todo caso, en la monografía se hizo énfasis en lo que no debe dejar de hacerse, no solo por dictarlo la fuerza de la costumbre sino por así dictaminarlo la racionalidad de su fundamento y la experiencia exitosa.

Bibliografía.

COLECTIVO DE AUTORES. El libro del Buffet y el Cóctel. España: Editorial Montagud Editores, S.A., 2009.

COLECTIVO DE AUTORES. El arte de emplatar. Madrid: Editorial Susaeta, ISBN: 9788467756777, 2017.

CLIFTON-MOGG, CAROLINE. Mesas con estilo. Ideas para crear la mesa perfecta para cada ocasión. Barcelona: Editorial Blume, ISBN: 978-84-8076-823-8, 2009.

COLECTIVO DE AUTORES. El libro del buffet y el cóctel. Barcelona: Editorial Montagud Editores, S.A., 2007.

MONTES, EDUARDO *et al.* Diseño y gestión de cocinas. Manual de higiene alimentaria aplicada al sector de la restauración. 3ª edición revisada y ampliada. Madrid: Editorial Díaz de Santos, ISBN: 9788490521298, 2018.

COLECTIVO DE AUTORES. Historia del comer. Barcelona: Editorial: Librooks, ISBN: 9788494837685, 2018.

MEDINA F. X.; LEAL LONDOÑO, M. P. Gastronomía y turismo en Iberoamérica. Asturias: Editorial TREA, ISBN: 9788417140519, 2018.

VÁZQUEZ GÁLVEZ. M. Cuba. Gastronomía. Inglaterra: Editorial Phaidon, ISBN: 9780714876771, 2018.