



Servicios para abrir nuevos mercados

◀◀ más de 15 clientes estables, como el Museo Renault, el Club Hípico Argentino y la firma de servicios tecnológicos Quality Tech, entre otros.

Basándose en las auspiciosas cifras con que comenzaron, Lynn estima que recuperarán el resto de la inversión en el corto plazo, y que podrán realizar, durante este año, una nueva compra de materiales para ampliar la oferta de mobiliario y accesorios.

Contacto:  
www.thelivingco.com.ar  
(011) 4742 5072

**Un chef en la cocina propia**  
Un ex ejecutivo financiero aprovechó su vocación culinaria para brindar un servicio novedoso: comidas hechas en casa por un profesional.

Cuando perdió su puesto como gerente de un banco, tras el derumbe económico de 2001, Tomás Kentish decidió que era el momento preciso para darle un vuelco a su vida profesional. Como le gustaba la cocina desde siempre y había hechos varios cursos en la escuela del Gato Dumas, se entusiasmo con la idea de poner un restaurante. Mientras veía cómo resolver el problema de la falta de capital para poner en marcha su emprendimiento, se entretenía cocinando en su casa para amigos, a los que sorprendería con platos alemanes, mexicanos o japoneses.

Fue uno de ellos, precisamente, quien le sugirió la idea de dedicarse a cocinar a domicilio. Al investigar el tema en la Web, Kentish descubrió que en Estados Unidos esta modalidad estaba muy extendida. Comenzó a practicar con sus conocidos, para probar los platos y el servicio, cobrándoles la comida al costo. Poco después se animó a armar un sitio propio en Internet y, en 2002, arrancó con el negocio al que bautizó **Cocinero Personal**.

A partir de una primera entrevista en la propia casa del cliente, Kentish diseña el menú para la ocasión teniendo en cuenta el

gusto del interesado y el motivo de la comida. Pero no sólo se ocupa de cocinar, sino también de todos los detalles que realzarán la ocasión, incluida la vajilla de cerámica pintada a mano y la ambientación del lugar.

Además, lleva toda la materia prima y los utensilios, oficia de mozo y, al finalizar la cena, conversa con los invitados acerca de las técnicas de cocción y las características de los productos. La noche termina con degustación de té y café. Y un dato no menor: la casa queda tal como él la encontró, **limpia y en orden**.

El precio de una cena de hasta 14 comensales es de **\$ 40 por persona**; un cumpleaños temático cuesta **\$ 45** por persona, aunque varía según la cantidad de invitados, y una cena romántica para dos demanda unos **\$ 250**.

De uno o dos servicios por semana que eran el promedio en sus comienzos, pasó a alrededor de 12 por mes y amplió su rango de clientes.

Además de cenas particulares y reuniones sociales, atiende eventos, comidas de trabajo, cócteles y también casamientos.

Este crecimiento le permitió, en el último año, duplicar su facturación.

Contactos:  
www.cocinero.com.ar  
(011) 154-412-5503

**Una innovación es una idea que logra ingresar al mercado y, una vez allí, produce una transformación.**

“ ”

**Sommeliers con título**

Cada vez más alumnos concurren a la escuela donde se forman los expertos en el arte del vino.

No se trata sólo de elegir blanco o tinto. Para saber qué vino combina mejor con un plato en el restaurante, nadie mejor que un **sommelier**.

Hasta hace algunos años, en la Argentina no había dónde formarse en este oficio. Pero el crecimiento de la industria vitivinícola y de los locales gastronómicos abrió un campo profesional que Marina Beltrame detectó a tiempo. Después de estudiar administración hotelera, partió rumbo a Francia y a su regreso, en 1999, con un diploma de sommelier de L'École des Métiers de la Table bajo el brazo, fundó la **Escuela Argentina de Sommeliers**, pionera en el país.

Al año siguiente, tuvieron lo que ella llama "la primera cosecha" de 14 profesionales, a la que le siguieron otras seis, con un promedio de 50 egresados por año. La carrera amplió su duración a **dos años** y está orientada a brindar los conocimientos nece-



sarios para que los egresados puedan trabajar en comercios, empresas de servicios o industrias vinculadas con el vino, como restaurantes, vinotecas, tiendas especializadas y bodegas.

La formación comprende viticultura, elaboración de vinos, geografía vitivinícola, análisis sensorial, bebidas especiales, otros productos gourmet, servicio y maridaje.

Entre los alumnos hay gente relacionada con el mundo de la hotelería y la gastronomía, profesionales e incluso personas que saben poco o nada acerca de los vinos y quieren adquirir conocimientos sólidos.

La matrícula tiene un costo de \$ 200 y para el ingreso se debe hacer un curso preparatorio previo. La cuota mensual es de \$ 310 por mes.

Pero el derecho de examen cuesta 400 euros, y esto se debe a que quienes lo toman son profesores y autoridades de la Escuela de Sommeliers de Barcelona.

La institución es, además, la única en el país que ofrece doble título: uno universitario, otorgado a través de un convenio con la Universidad Católica de Cuyo, y otro internacional, avalado por la Asociación Internacional de Sommeliers.

La Escuela cuenta también con el auspicio de varias bodegas, que proveen los vinos para las degustaciones, apoyan económicamente el viaje a Mendoza que realizan todos los alumnos y los reciben en sus cavas.

En 2006, la Escuela abrió otra sede en Mendoza, en alianza con el Hotel Hyatt, donde se dan las clases, a las que concurren 47

inscriptos.

Los ingresos de la Escuela no sólo provienen de sus alumnos. También organiza capacitaciones para personal de bodegas, vinerías y restaurantes; cursos para aficionados, y ofrece catas y degustaciones particulares a domicilio o para empresas.

Además, Beltrame es mentora de Vinartes, "un encuentro con el vino, el arte y la *sommellerie*", que ya va por su tercera edición.

Contactos:  
www.sommeliers.com.ar  
(011) 4313-5166

**Secretarías & negocios**

Una guía de servicios destinada a las asistentes ejecutivas se convirtió en una empresa floreciente.

Anne Marie Richard tenía una agencia de publicidad y, en 1998, mientras se ocupaba del marketing de un hotel, se dio cuenta del enorme poder de decisión que tenían las secretarías de los directivos.

Observó, por ejemplo, que eran ellas quienes elegían desde los hoteles cinco estrellas en los que se hospedaban sus jefes hasta las líneas aéreas para los viajes, pasando por el alquiler del auto o los artículos de librería.

Tras realizar una investigación de mercado, detectó que tenían gran autonomía para decidir las compras de productos y servicios que no tuvieran relación directa con el resultado de la compañía, y que siempre asignaban prioridad al nivel de la calidad, por encima del precio.

◀  
**COCINERO EN CASA**  
**TOMAS KENTISH, CON LA ASISTENCIA DE LUCIA AGUILAR, PREPARA COMIDAS GOURMET EN EL DOMICILIO DE CADA CLIENTE.**

Con estos datos, se decidió a explotar este potencial de las asistentes ejecutivas, cerró su agencia y lanzó la guía **Secretarías y Negocios**, una publicación anual con herramientas para el trabajo diario que incluye desde teléfonos de bancos y proveedores de insumos de oficinas, hasta menajerías, compañías aéreas y hoteles.

Hoy, la guía llega a más de 50.000 asistentes ejecutivas de Argentina y Chile.

Poco después, organizó la **Expo Secretaría**, un encuentro que viene reuniendo cada año a 5.000 secretarías, y lanzó una newsletter digital gratuita que ya cuenta con 50.000 suscriptoras argentinas y 16.000 chilenas.

También creó el sitio **Desecretarias.com** con una amplia variedad de información útil.

Además de bases de datos de proveedores de insumos y todo tipo de servicios—desde organización de eventos hasta salud y belleza—, ofrece una consultoría de trámites, tecnología o cuestionarios de protocolo, entre otros temas relacionados con la actividad de las asistentes ejecutivas.

El sitio incluye modelos de boletos de compraventa, planillas de flujo de caja, contratos de fi-