

Inicio > Chefs > Diego Muñoz, chef de St. Regis Cap Cana Marriott International: "La tendencia...

Chefs Destacadas



## CHEFS

# Diego Muñoz, chef de St. Regis Cap Cana Marriott International: «La tendencia del F&B se basa en el servicio, muy preciso, puntual y acertado»



Por **Restauración News** 24 octubre, 2023  0

por **Clara Román**

El **chef Diego Muñoz** está detrás del diseño y concepción de la **oferta de restauración del nuevo hotel St. Regis Cap Cana Marriott International**. Aprovechando la ocasión, hemos hablado con el chef peruano acerca de su trayectoria, este nuevo proyecto y la importancia del F&B en los hoteles.

La experiencia de Diego Muñoz en gastronomía es amplia y variada y, aquí en España, se puede disfrutar de su cocina en el **restaurante Oroya** (Plaza de Celenque, 2). De todos sus años dedicados al sector, el chef destaca su experiencia liderando el restaurante **Astrid&Gaston en Perú**, en el que estuvo desde el 2012 al 2016, y por el que obtuvo el #1 en Latin America 50 Best Restaurants y #14 en el 50 Best Restaurants of the World.

Además de estos reconocimientos, lo que para él es el mejor premio y satisfacción que le ha dado su trabajo es el **poder ver a antiguos alumnos de su cocina realizándose como grandes cocineros y personas**.

### ¿Cómo empezaste en el mundo de la cocina?

Tomé la decisión de comenzar en el mundo de la cocina después de pasar 3 años muy malos en la Universidad de Lima, buscando ser Ingeniero Industrial. Al comienzo fue una escapatoria y poco a poco me fui dando cuenta de que quería llevar el estilo de vida de un cocinero, así que se fue afianzando y creciendo la pasión al respecto.

## “Lo que más me gusta de la gastronomía es su poder de transformación”

### ¿Qué es lo que más te gusta de tu profesión?

Lo que más me gusta hoy en día de mi profesión es el poder de transformación que tiene la gastronomía, no solo en personas sino también en sociedades y lugares.

### ¿Cómo te defines como cocinero?

Desde que tome la decisión de ser cocinero siempre he buscado aprender y formarme en lugares muy demandantes y profesionales. Creo que de todas las cocinas por las que pasas te aportan grandes aprendizajes, y gracias a ellos vas formando tu carácter y propio juicio como cocinero.



*El chef Diego Muñoz.*

## **Centrándonos en tu último proyecto con Marriott diseñando la oferta del hotel St. Regis Cap Cana. ¿Cómo te llega esta oportunidad? ¿Qué supone para ti?**



La oferta llega por parte del equipo de Marriot Caribe y Centro América, ya que querían emprender un proyecto en un nuevo destino de la región: Cap Cana. Para mí y mi equipo es un verdadero placer y una gran responsabilidad ser parte de esta importantísima e imponente propiedad.

St. Regis tiene potencia, ambición, un hermoso entorno y grandísimas expectativas. Estar aquí, en República Dominicana, tan cerca de casa y en la región Latina, significa mucho para mí y mi equipo, por lo que tomamos este gran proyecto con mucha humildad y seriedad.

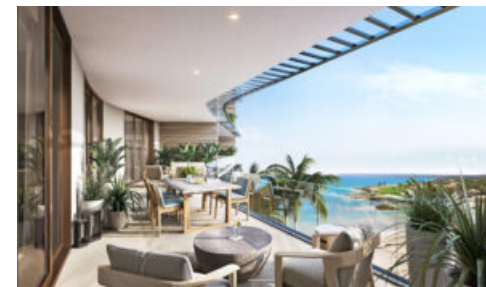
## **¿Cómo has trabajado el diseño de la oferta gastronómica del hotel?**

Estamos enfocando, desde el principio, un restaurante de especialidad. St. Regis Cap Cana ofrecerá una gastronomía enfocada en la transformación del producto a través del fuego de las brasas. Miraremos toda la oferta que nos da la región, variedad de productos del mar, vegetales, y carnes, para llevarlos a la mesa afinados y de la mejor manera posible.

## **¿En qué se diferencia de otros proyectos en los que has trabajado?**

Definitivamente encaramos cada proyecto de manera diferente. Primero, por el entorno en el que está, por las expectativas que nos traslada la marca y los propietarios. Hacemos un análisis gastronómico, tomando en cuenta diversos factores que son importantes en el lugar donde desarrollamos el proyecto y, sobre todo, el mercado que se espera para ese proyecto en particular.

Para nosotros es bastante innovador poder desarrollar un proyecto en República Dominicana, debido a su potencia histórica y el gran desarrollo gastronómico que está formando. Hemos conocido a muchos colegas con unas visiones muy buenas y llevando un producto muy lindo, lo que nos inspira definitivamente en este proyecto.



## **“Queremos situar la propuesta de St. Regis Cap Cana como un destino en la región”**

## **¿Qué experiencia gastronómica se va a encontrar el público que os visite?**

Nuestro interés, en la experiencia que ofrecemos al comensal es que haya diferentes momentos en el restaurante. Desde el *sunset* y *pre dinner drinks*, a la cena y sobremesa. Además, tenemos planificado presentar un *brunch* los fines de semana.

Queremos que la coctelería juegue un rol muy importante en la experiencia. Nuestra oferta de sumillería, muy desarrollada en República Dominicana, estará curada con una mirada muy gastronómica y coherente con la oferta de comida.

La experiencia finalizará en nuestro salón de cigarros, ubicada al lado del restaurante, en el que se complementará con elaboraciones dulces, que acompañen el tabaco y el buen ron dominicano que se presentará en nuestra biblioteca de rones.

### ¿Cuál es el perfil del público?



Al estar rodeado de campos de golf habrá un grupo importante de golfistas y todo lo relacionado al mundo del golf. No obstante, además, al ser St. Regis una marca tan importante, la gastronomía, y todo alrededor de ella será un gran diferencial que marcará la tendencia del público que nos visita. St. Regis Cap Cana cuenta con 70 residencias y 200 habitaciones de hotel, por lo que habrá un gran número de huéspedes diariamente.

Por otro lado, es importante resaltar que en Cap Cana tenemos muchísima gente que busca pasarlo bien y está abierta a experiencias interesantes. Por lo que nuestro objetivo es ese: traer muchas visitas externas y situar la propuesta de St. Regis como un destino en la región.

### ¿Qué nos puedes contar acerca de la importancia del F&B dentro de un hotel? ¿Cómo ha ido evolucionando a lo largo de los últimos años?

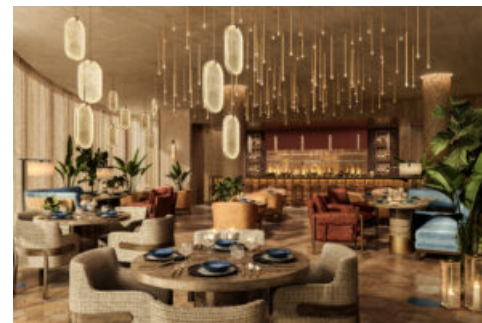
Este proyecto es mi quinta experiencia diseñando la oferta de Alimentos y Bebidas de un hotel, y considero que en general es un aspecto muy importante hoy en día. Desde el momento que los huéspedes deciden un destino y una marca en ese destino, las expectativas que vienen de mano de la marca del hotel son muy potentes. Mantenerlas y cumplirlas suponen un importante reto, que emociona y te mantiene siempre alerta, ya sea innovando, mejorando la experiencia y ajustando la oferta hasta que el equipo y el público local la defiendan y cuiden como suya que, definitivamente, en nuestro caso lo es.

## “La oferta de F&B debe ajustarse al mercado local”

### ¿Cuáles crees que son las próximas tendencias en cuanto a F&B se refiere?

Me parece que las expectativas van hacia la tendencia de englobar algún perfil cultural que marque la oferta gastronómica, pero que sea coherente y escuche el medio local donde se desarrolla. Por ejemplo, tener una cocina peruana en Nueva York o Madrid debe ser coherente con las expectativas y costumbres del entorno en el que se mueve, y siempre ajustando la oferta escuchando el mercado local.

Hoy por hoy, la tendencia se dirige hacia el servicio, muy preciso, puntual y acertado, sin ser invasivo, y un complemento del mismo peso que la oferta gastronómica. Me parece que cada vez en el sector estamos perdiendo momentos de interacción con el comensal. Por esa razón, el restaurante es una gran oportunidad para mantener esos lazos y hacer disfrutar a cada huésped a través de la hospitalidad, el cariño y, por supuesto, de nuestra propuesta gastronómica.



### **Si no hubieras sido chef, ¿qué te hubiera gustado ser?**

Me encantaría ser carpintero o algo más ambicioso, arquitecto. Me encanta la música también. Pero hoy por hoy soy feliz con lo que voy haciendo, todas las oportunidades de aprendizaje que tengo y la gente increíble que voy conociendo.

### **¡Más entrevistas con chefs aquí!**

*Imágenes cedidas por St. Regis Cap Cana.*