vinetur

# Koala y el modelo gastronómico australiano

Hospitalidad, sustentabilidad y una carta que se anima a crecer sin receta fija

martes 11 de agosto de 2026

ESCRITO POR MAPA DEL VINO


Koala

Por Mariana Gil Juncal

Lee Torrens, fundador de Koala, desgrana la filosofía detrás de una propuesta que desafía las convenciones de la noche porteña sin renunciar al ojo de bife.

En la cocina de Koala no hay un chef australiano ni ingredientes importados de Sidney. Hay, en cambio, una filosofía: elaborar todo desde cero, trabajar con producto de estación y hacer sentir al comensal tan cómodo que no necesite saber nada de Australia para querer volver. Lee Torrens, su fundador, lo sintetiza con una frase que bien podría ser el manifiesto del lugar: "Queremos ganar por sabor y por servicio. Lo demás viene después."

## Para muchos comensales argentinos, Australia sigue siendo un misterio culinario. ¿Cómo la describirías en pocas palabras a alguien que nunca la probó?

A diferencia de Argentina que tiene una cultura gastronómica muy definida, por el asado, el mate, el buen vino, el alfajor o la empanada. Son emblemas gastronómicos conocidos en todo el mundo, y que además, forman parte de la cultura de este país. En cambio, si le preguntás a un argentino qué comen los australianos, probablemente no tenga respuesta. Lo más famoso —y apenas conocido acá— es el "shrimp on the barbecue" (camarones a la parrilla). En mis 25 años viviendo en Australia nunca lo vi. Esa situación nos da una gran libertad. Como Australia no tiene una identidad gastronómica tan definida, podemos ser creativos y adaptar la propuesta a los gustos argentinos. Más que una cocina tradicional, para mí Australia representa una forma de cocinar: mucho foco en ingredientes frescos, una fuerte influencia de distintas culturas y una gastronomía muy abierta a probar cosas nuevas.

**La cocina australiana contemporánea está muy marcada por la influencia asiática —china, vietnamita, tailandesa— y por el uso intensivo del producto local y de estación. ¿Cuál de esos rasgos sentís que está más presente en la propuesta de Koala?**

Creo que hoy está más presente el uso del producto local y de estación. La influencia asiática forma parte de la gastronomía australiana y naturalmente aparece en algunos platos, pero no quisimos hacer un restaurante asiático. Los principales rasgos australianos que nos interesa reflejar en el producto que hacemos tienen que ver con el uso de ingredientes frescos, de estación y, sobre todo, con poder elaborar nuestros propios productos. Siempre supimos que queríamos elaborar cada producto desde cero. Eso nos permite controlar la calidad y, al mismo tiempo, seguir aprendiendo y mejorando constantemente.

**Ciudades como Melbourne o Sídney son referencias mundiales del casual fine dining: técnica de alto nivel en un ambiente sin protocolo. ¿Cómo se traduce ese modelo a una cocina porteña que también tiene sus propias tradiciones muy arraigadas?**

Creo que el mayor aporte australiano en Koala aparece más en el servicio y en los procesos que en el producto en sí. Sí, tenemos algunos productos australianos, pero lo que más disfrutan los clientes es el estilo de servicio australiano, es decir, la hospitalidad. En Australia existe una cultura muy fuerte de hacer sentir cómodo al cliente. Hay muchísimo profesionalismo, pero al mismo tiempo todo se siente relajado. Eso era muy importante para nosotros. Queríamos ofrecer un producto de calidad, pero también una experiencia donde la gente se sintiera cómoda desde que entra hasta que se va.

**La carta de otoño incluye platos como la trucha con puré de choclo, los gnocchis de kabutia o la coliflor grillada con cremoso de papas. ¿Cuál es el hilo conductor que une esas preparaciones desde tu mirada de cocinero?**

No soy cocinero. De hecho, cuando decidimos abrir Koala sabía que no era un experto en gastronomía. Por eso me dediqué a formar un equipo de profesionales del sector. El hilo conductor de la carta no pasa por una técnica en particular, sino por nuestra filosofía. Queremos elaborar todo lo posible desde cero, trabajar con ingredientes frescos y encontrar constantemente maneras más sustentables de hacer las cosas. De cara al cliente, no buscamos que eso sea lo que nos diferencie. Queremos ganar por sabor y por servicio, no por moral. Si los clientes descubren después que además somos sustentables, buenísimo.

**El ojo de bife aparece en el menú junto a platos vegetales con mucho protagonismo. En Buenos Aires, servir un bife es casi un terreno sagrado. ¿Cómo encarás ese plato desde una cocina de impronta australiana?**

Australia también tiene una cultura muy fuerte alrededor de la carne, así que nunca sentimos que un ojo de bife estuviera fuera de nuestra identidad. Al mismo tiempo, creemos que una propuesta gastronómica hoy tiene que ofrecer excelentes opciones para quienes quieren comer carne y para quienes prefieren platos vegetales. No vemos esas dos cosas como opuestas. Al final del día, el desafío es el mismo para toda la carta: lograr que el cliente disfrute la experiencia. Si un día elige un ojo de bife y otro día una coliflor grillada, sentimos que hicimos bien nuestro trabajo.

## Koala propone compartir varios platos en lugar de la estructura entrada-principal-postre. ¿Cómo cambia eso la forma de pensar y diseñar una carta?

Australia tiene una cultura gastronómica bastante relajada y eso también aparece en la forma de compartir la comida. Nos gusta que la mesa pueda pedir distintas preparaciones y que cada uno pruebe un poco de todo.

Eso también cambia la forma de pensar la carta. Los platos tienen que funcionar muy bien de manera individual, pero también convivir con otros sabores en la misma mesa. Al final del día, disfrutar un buen plato también es una manera de compartir tiempo con otras personas, y nos gusta que la carta acompañe esa experiencia.

## ¿Qué ingrediente o técnica australiana te resultó más difícil de adaptar al contexto local, ya sea por disponibilidad de producto o por la expectativa del comensal porteño?

Más que un ingrediente en particular, el desafío siempre es encontrar el equilibrio. Hay productos australianos que simplemente no existen en Argentina o que son difíciles de conseguir de manera consistente. Pero incluso cuando los encontramos, siempre nos hacemos la misma pregunta: ¿realmente mejoran la experiencia del cliente? No queremos incorporar un ingrediente solamente porque sea australiano. Preferimos trabajar con excelentes productos locales y, cuando tiene sentido, sumar algunos guiños australianos que aportan identidad a la propuesta.

## Koala trabaja con proveedores seleccionados, producción in-house y una cocina 100% eléctrica. ¿Cómo impacta esa filosofía en las decisiones que toman día a día dentro de la cocina?

Impacta prácticamente en todas las decisiones que tomamos. Siempre supimos que queríamos elaborar la mayor cantidad posible de productos desde cero. Eso nos permite controlar la calidad y, al mismo tiempo, seguir aprendiendo y mejorando constantemente. Lo mismo sucede con nuestros proveedores y con una cocina 100%

eléctrica. Son decisiones que muchas veces implican más trabajo, pero creemos que forman parte del camino para cumplir el propósito que nos propusimos: llevar la gastronomía a la sustentabilidad.

## La sustentabilidad en Australia no es marketing: es parte de la cultura gastronómica. ¿Encontrás que esa mentalidad es fácil o difícil de sostener en el ecosistema de proveedores y productos de Buenos Aires?

Es uno de los mayores desafíos que tenemos. En Koala hablamos mucho de la cultura del cuidado, inspirada en la filosofía australiana. Para nosotros significa cuidar a las personas a través de la hospitalidad, desarrollar productos propios de la mejor calidad posible y diseñar procesos cada vez más sustentables. Lo que significa sustentable no siempre es evidente y pocas veces hay consenso. Muchas veces hay que elegir entre distintas alternativas sin tener una respuesta perfecta. Existen empresas especializadas en medir y reducir el impacto de las operaciones y estamos trabajando con varias de ellas. No tenemos todas las respuestas todavía, pero nuestra razón de ser es buscarlas y compartirlas. Creo que en Argentina cada vez hay más proveedores recorriendo ese camino, y eso nos entusiasma muchísimo.

## El Vegemite, los Tim Tams, los lamingtons, el babychino... Koala los incluye como guiños de identidad. ¿Tenés algún ingrediente o producto australiano que quieras incorporar a la cocina y todavía no encontraron cómo?

Siempre aparecen ideas nuevas. Australia tiene muchos productos interesantes, pero tampoco queremos incorporarlos solamente por ser australianos. Lo que buscamos es que cada producto tenga sentido dentro de la experiencia que queremos ofrecer. Seguramente con el tiempo iremos incorporando algunos más, pero siempre priorizando que aporten algo al plato y no solamente a la historia que contamos.

## Los mocktails de autor son un boom en Australia. ¿Cómo trabajan con el equipo de bebidas para que la cocina y esa propuesta sin

## alcohol dialoguen en la mesa?

Australia lleva varios años desarrollando una propuesta de bebidas sin alcohol muy interesante y creemos que esa tendencia también va a seguir creciendo en Argentina. Para nosotros la barra y la cocina no funcionan como dos equipos separados. Buscamos que ambas propuestas dialoguen y formen parte de una misma experiencia gastronómica. Queremos que cada persona encuentre una propuesta pensada para disfrutar y compartir.

## ¿Qué plato de la carta actual sentís que mejor resume lo que Koala quiere decir con "cocina australiana en Buenos Aires"?

Me cuesta elegir un solo plato porque, para mí, Koala no se entiende a través de una receta, sino de una experiencia. La propuesta cambia a lo largo del día. Hay una carta pensada para el desayuno, otra para el brunch, el almuerzo y la cena. Cada momento tiene productos distintos, pero todos responden a la misma filosofía. Lo que buscamos es que, sin importar la hora en la que alguien nos visite, encuentre una propuesta elaborada desde cero, con ingredientes frescos, de estación y una hospitalidad inspirada en Australia. Si al terminar la experiencia el cliente siente que comió algo distinto, que disfrutó del servicio y que quiere volver, entonces sentimos que entendió lo que es Koala.

## Si pudieras llevar a un comensal porteño escéptico —alguien que no entiende qué hace Australia en su mesa— a un único plato para convencerlo, ¿cuál sería y por qué?

No intentaría convencerlo con un plato en particular. Lo invitaría a vivir la experiencia Koala. Nuestra propuesta cambia según el momento del día y eso también forma parte de nuestra identidad. Hay personas que nos conocen por un desayuno, otras por un brunch, un almuerzo o una cena. Si después de vivir esa experiencia me pregunta qué hace diferente a Koala, recién ahí empezaría a hablar de Australia, de nuestra forma de entender la hospitalidad y de la cultura del cuidado, que atraviesa todo lo que hacemos: cómo cuidamos a las personas, cómo desarrollamos nuestros productos y cómo pensamos nuestros procesos. Para mí, esa siempre fue la idea. Ganar por sabor y

por servicio. Lo demás viene después.