vinetur

El empresario que conecta a los productores de la Toscana con el público de Buenos Aires

Con casi treinta años de trayectoria el fundador de D'Oro Italian Bar analiza los cambios en el mercado y su nuevo rol como importador directo de alimentos y vinos

viernes 10 de abril de 2026

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Desde hace casi 30 años D´Oro Italian Bar en San Telmo ofrece sabores típicos de Italia que se destacan gracias al know how y a la presencia de productos italianos, importados por ellos mismos, para que la experiencia del lugar haga sentir a quienes los visiten como si verdaderamente estuvieran en la tierra del Dante.

Claudio D'Oro es un empresario gastronómico argentino con una destacada trayectoria internacional en el desarrollo de conceptos vinculados a la cultura italiana. Inició su camino profesional en Europa en 1991, donde trabajó durante cinco años, adquiriendo experiencia y formación en el ámbito gastronómico. En 1996 regresó a Buenos Aires y llevó adelante su primer emprendimiento gastronómico, marcando el inicio de su carrera como emprendedor.

En 1999 fundó D'Oro Italian Bar en Buenos Aires, consolidando un concepto que combina identidad italiana, calidad y estilo propio, posicionándose como un referente en su rubro.

En 2011 expandió su visión al mercado internacional con la creación de D'Oro Miami en Estados Unidos, desarrollando un nuevo concepto adaptado a ese público.

En 2025 dio un paso más en su evolución empresarial con el lanzamiento de D'oro Italian Import, desempeñándose como importador exclusivo de vinos y productos italianos, fortaleciendo su vínculo con la tradición y la excelencia de Italia.

A lo largo de su carrera, Claudio D'Oro se ha caracterizado por su espíritu emprendedor, su proyección internacional y su compromiso con la autenticidad de la gastronomía italiana.

¿Cómo llegó el mundo de la gastronomía a su vida?

El mundo de la gastronomía llegó a mi vida desde el momento que nací o que empecé a tener uso de razón. Es una cuestión cultural muy fuerte, mis padres y todos mis antepasados son Italianos, por ende mamé la cultura naturalmente. Hasta mis 5 años pasé muchísimo tiempo con mi nonna con quien comía 100% comida Italiana, hablaba Italiano y además me hacía colaborar en los haceres domésticos específicamente relacionado a la comida,

Además, las salidas de los domingos con mis padres hasta mi juventud eran visitar a sus hermanos, es decir, mis tíos y tías que trabajaban preparando artesanías y comida Italiana. Era como estar en Italia. No vengo de padres o antepasados que tenían influencia gastronómica pero en esos encuentros de domingo que eran diferentes a los que me contaban mis amigos realmente era como estar en Italia., Y con los años terminé de reconocer esto cuando mi padre me llevó por primera vez a Italia , cuando tenía 11 años y ahí entendí que era la matriz cultural lo que me emocionaba y me tenía totalmente identificado.

¿Qué lo sedujo más de la gastronomía italiana para centrar su proyecto en esta especialidad?

La gastronomía en la cultura Italiana tiene un rol protagónico muy importante por lo tanto si te sentís identificado con la cultura amás su gastronomía que hace poco fue declarada patrimonio mundial por la Unesco. En mi familia la cocina siempre se celebra. Mis tíos y mis abuelos tenían su cantina donde elaboraban sus vinos y su olio de oliva, sus embutidos y tomates. Así que entrando en esas cantinas desde siempre la gastronomía Italiana se apoderó de mí. Casi que no fui yo quien eligió, simplemente me entregué y me enamoré de una cultura culinaria que es fascinante y que para mí es la mejor del planeta. Porque cuando desde niño estás en contacto con las materias primas o con la elaboración de alta calidad simplemente la amás. Y como en el amor no hay muchas explicaciones, lo que me sedujo de la gastronomía italiana es algo mágico.

Después de casi 30 años ¿qué lo sigue enamorando de la cocina italiana?

Me sigue enamorando su autenticidad y su respeto por la calidad absoluta. Además en estos momentos que vivo en la Toscana rodeado de olivos y viñedos, tengo la posibilidad de viajar mucho por diferentes regiones, ya que mi actividad principal es elegir materias primas y productos. En ese contexto tengo mucho contacto con distintos productores y es asombroso el respeto por la calidad y la manera de concebir el producto. Viendo esto de cerca y teniendo relaciones con ellos me sigue asombrando

la dedicación y el respeto por conseguir la mejor calidad. Eso llevado a la vida es algo fantástico que me enamora además del respeto con el que hacen las cosas y la calidad y la búsqueda de la mejora constante.

¿Cómo evolucionó la cocina italo argentina en estas casi tres décadas?

Desde que el mundo es cada vez más global la cocina en general evolucionó en la Argentina y siendo un país bastante cosmopolita se desarrolló también en su diversidad. Respecto a la cocina Italiana hay un largo trecho por recorrer. El valor agregado que tiene la materia prima Italiana es muy elevado y Argentina tiene los recursos pero no tiene la cultura milenaria de Italia. Así que hay mucho por mejorar aquí. En Italia los conservantes están muy limitados y la biodiversidad que tiene Italia es un factor natural único, diría que es una mina de oro, porque cualquier queso que compres es maravilloso. ¡Y tienen miles de quesos dependiendo de las distintas regiones! Argentina no logra todavía hacer quesos de alta calidad estacionados,y al alcance de todo el público. Es solo un ejemplo, por eso falta mucho para mejorar en Argentina pero creo que vamos por buen camino. Obviamente Argentina tiene cosas maravillosas, por ejemplo, tenemos una carne que es estupenda.

¿Qué lo motivó el año pasado a comenzar la importación de esta mina de oro que son los productos italianos?

Lo que me movió para empezar la importación de productos Italianos fueron varios factores. Primero, la apertura del mercado en la nueva política argentina. Después que yo tenía la sensación de que tenía que hacer algo trascendente para mí y para mi empresa pero fuera de la operatividad diaria. Además tenía la convicción de que llevar estos productos generan un valor agregado muy grande y por último me daba la posibilidad de aprender de los productores y de la esencia de los productos. Ya que al recorrer las diferentes regiones y conocer cómo trabajan la elaboración de, por ejemplo, el olio de oliva, de los diferentes vinos o de la pasta de Gragnano que es el paraíso, todo eso me dio mucho más background y ahora puedo desarrollar mejor mi negocio adquiriendo tanto conocimiento esencial.

¿Cuáles son hoy los productos italianos estrella de D'Oro Italian bar?

El producto estrella es la pasta en todas sus versiones. Desde 1999 que ocurre esto y ahora que estamos incorporando materia prima seleccionada directamente en Italia sabemos lo que queremos para nuestra cocina. Además, hoy otro producto estrella son los vinos Italianos con una carta de más de 20 etiquetas, muchas de ellas con denominación de origen muy reconocida a nivel mundial, como Brunello di Montalcino, Barolo o Amarone, entre otros.

¿Cómo reciben este tipo de productos los consumidores porteños?

Nuestro producto siempre fue muy bien percibido. Yo hice escuela en Italia a mis 20 años, trabajé allí durante 5 años y trasladé todo lo que aprendí. Luego fuimos perfeccionando pero la matriz, el ABC es la clave. Como decía con la incorporación de materias primas seleccionadas por nosotros directamente desde el productor, creo que la diferenciación es cada vez más. Pero volviendo a la pregunta concreta a través de nuestro e- commerce nos han pedido vinos de distintas provincias y ciudades como Puerto Madryn, Chubut, Tucumán, Rosario, Cipolletti, Neuquén o Córdoba ...es una enorme satisfacción poder llegar a todo el interior del país con los productos que seleccionamos en Italia. Diría que es el mejor premio ya que cada vez que estando en Italia me aparece en mi celular una orden de vinos o pasta desde miles de kilómetros de Buenos Aires siento que lo que estamos haciendo en Italia es mucho más trascendente que lo económico.

¿Y en Miami como fue el proceso de la instalación de sus sabores italianos?

En Miami creé un concepto bastante novedoso basado en la tipología de negocio de un café gourmet, ya que no quería arrastrar todo el peso operativo que conlleva un restaurante por varios motivos, pero a su vez, quería tener la calidad de un restaurante con una identidad Italiana muy definida y bien superior. Porque allí está la materia prima italiana que quieras y eso me permitió hacer una cocina de ensamble de

productos, más que una elaboración compleja, y tener resultados fabulosos. Porque nadie espera que un café por más que sea gourmet pueda superar en propuesta a un restaurante en muchos casos y nosotros lo logramos. Porque al conocer los procesos y teniendo materia prima muy variada y de altísima calidad, creamos algo más rápido, fresco y muy gourmet, con un servicio diferente a un Starbuck. Así que en vez de llevar en la bandeja un brownie o un tostado te llevás los mejores fiambres, burrata, la mejor combinación de quesos y mermeladas Italianas, panini hechos con parma San Daniele o productos de altísimo nivel e identidad italiana.

Hoy después de 15 años en el mercado ¿qué evolución o cambios observa en Florida?

El mercado de Estados Unidos es hipercompetitivo e importa no solo mucha materia prima y de alta calidad sino también recursos humanos, por ende la superación es constante. Allí es competir, competir y competir, pero hay algo que nunca tendrán que es la exigencia a través del conocimiento de cuna que tiene el público italiano. Una joven de 15 años en Italia reconoce si una pasta está al dente o no. Si a tal comida le falta o le sobra algo y esa exigencia hace que tu piso tenga que ser muy alto, no hay lugar para cosas mediocres.

Así que en Estados Unidos durante tantos años como emprendedor aprendí a entender que el restaurante o tu negocio de comidas sea cual fuese, "es una empresa", por ende mientras más organización y precisión en todas las áreas tengas, mayor será el éxito, Luego de mi paso por Estados Unidos no cambiamos el producto, sino todo lo contrario. Pero si hicimos foco en la gestión, ya que nosotros intentamos trabajar como si fuésemos la empresa más eficiente del mundo y no hablo solo del producto y del servicio, ya que eso es la base, sino que hablo de mucho más. De los recursos humanos, la administración, los procesos, el seguimiento, la metodología para innovar, las mediciones, el marketing, los incentivos o la comunicación Interna.

Hoy hay un staff de 32 personas y si mi hijo Leandro D´Oro, asociado al restaurante, hoy tiene que venir a Italia 20 días a estar conmigo porque quiero presentarle productores y que viva en carne propia todo, D'oro funciona sin problemas. A veces pasan días que estamos juntos en Italia y le digo: "Che ¿está todo ok ? Porque no hay

mensajes, no suena el teléfono, solo nos pasan distintos informes establecidos. Y eso es ser eficientes como empresa.

¿Cuál es el desafío más grande que hoy tiene D'Oro Italian bar en Buenos Aires y Miami?

El desafío que tenemos es el de siempre: diferenciarse y nunca transgredir el ADN. No existe el concepto "ya llegué y no hay mas nada para mejorar", eso se marca en Italia muchísimo y en el mundo de los negocios tiene que ser la gran premisa: superación y mejora constante.

Son el único restaurante de la Argentina que ofrece pasta seca de Gragnano, ¿cuál es el diferencial de este tipo de pasta?

La pasta de Gragnano, considerada la mejor del mundo, tiene particularidades en la calidad de materia prima y en la su elaboración. Los ingredientes son los mejores y el proceso de secado que se hace en 30 horas aproximadamente más el trefilado en bronce la convierte en algo único. Es una pasta más rugosa donde se pega la salsa, la textura es muy diferente a todas las pastas conocidas por la gente desde la más importante hasta la menos son industriales. Si hablamos de marcas consagradas como por ejemplo De Cecco y de ahí para abajo, que hacen cantidades impresionantes para todo el mundo, no se pueden permitir esperar 30 horas para secar una pasta y lo hacen en una hora. No se pueden permitir tener una selección de grano exhaustiva, por eso Gragnano es "la capital mundial de la pasta".

¿Qué otro diferencial tiene hoy D'Oro Italian bar en comparación a otras propuestas gastronómicas italianas?

El diferencial que tenemos respecto a la competencia sería mejor que lo diga el cliente, pero yo creo que hay varias cosas. Tenemos 30 años de experiencia e italianidad no transgredida. Materia prima de altísima calidad ya que no sólo la importamos nosotros desde Italia sino que la seleccionamos entre tanta oferta que hay en Italia y sólo traemos lo mejor. Entiendo que no hay un restaurante Argentino que tiene más de 20 etiquetas de vinos Italianos seleccionados en origen e importados por la misma

empresa. Mi hijo dirige las operaciones de D'Oro junto a un staff increible y comprometido desde siempre y yo trabajo en Italia relacionándome con los productores de distintas regiones, incorporando productos, tendencias y novedades pero sobre todo calidad. Gestiono toda la importación para tender un puente permanente entre Italia y Argentina.

¿Cuáles son los imperdibles (platos y vinos) del lugar?

Los productos imperdibles son todos ya que todos están diseñados y elaborados para que sean los mejores. Ahora si me preguntás puntualmente te diría la pasta di Gragnano con mare e vermouth, el ravioli di vitello con salsa de vino Malbec o el paccheri gorgonzola e funghi. En cuanto a vinos no puedo dejar de decir que maridar cualquier pasta nuestra con uno de nuestros vinos Italianos es lo máximo, ya sea Barolo, Brunello di Montalcino o Amarone. La única diferencia de no estar en Italia, es que a la entrada no te piden pasaporte (risas).