Alimentación
sana y de calidad

PACK ESPECIAL (4b):
50€ ENVÍO INCLUIDO

La Fundación Itinerarium y Caves Mestres han unido sus esfuerzos para crear el CAVA SUMANT, una botella solidaria dedicada a promover el deporte inclusivo para todas las personas.

X4

LA FELICIDAD SE COMPARTE

CAVA SOLIDARIO

www.cavasumant.net
cava@mestres.es

Box 21 Fundació Itinerarium

Mestres vins de cava

ENTREVISTA CON MANUEL BALTASAR, SOCIO FUNDADOR DE BIERCAB

“Cuando se trata de cerveza artesana de calidad, yo no tengo bandera”

BierCab nace en el año 2013, fruto de la unión de cuatro amigos con pasión por la cerveza artesana que decidieron montar un nuevo concepto de cervecería en Barcelona, concebida como espacio gastronómico donde degustar cervezas de multitud de procedencias, con una tienda donde adquirirlas en las mejores condiciones.

Manuel Baltasar, uno de los socios y encargado del local afirma con orgullo que: “nos arriesgamos al ser los únicos en poner 30 grifos de cervezas artesanas diferentes, pero viendo el éxito que estamos teniendo, hoy por hoy ya podemos decir que valió la pena correr ese riesgo”. Baltasar, proveniente de la cervecería Freiburg de l’Hospitalet de Llobregat, donde ya ejerció de dinamizador de la cerveza artesana, se asoció con Sven Bosch, propietario de la prestigiosa Drunk Monk de Mataró, el conocido distribuidor en el sector Gabriel Bocanegra “Zombier” y la fábrica cervecera Naparbier, para crear este proyecto que es único en Barcelona y en todo el país.

-¿Qué tipos de cervezas podemos encontrar en BierCab?
En BierCab tenemos todo tipo de cervezas, nos arriesgamos a probar todo lo que salga al mercado y si está en condiciones según nuestros valores, lo adquirimos: Lambicas, Stouts, Porters, Lagers, etc. Tenemos sobre todo internacionales, pero también apostamos por la nacional, sobre todo de Catalunya, mientras sea de calidad, nos da igual de donde venga. Yo para la cerveza no tengo bandera.

-¿De cuántas marcas disponen?
Disponemos de 30 grifos, que vamos rotando y cambiando cada semana y en botella hablamos de casi 450 referencias, entre las que hay muchas envejecidas de gran calidad, vintage, también tenemos una gran carta de cervezas lámbicas (de fermentación espontánea, ácidas y poco amargas debido a que los lúpulos se envejecen para evitar ese amargor) que creo que ahora mismo nadie tiene. Nos gustan mucho las cervezas frescas, jóvenes, que son las que salen del fermentador, y pasan de éste al barril, y de allí a los locales para ser consumidas lo antes posible y que se sirvan en perfectas condiciones organolépticas. Nuestra idea siempre ha sido esa, por eso hemos cuidado el tenerlas bien conservadas, para lo cual hemos invertido mucho en cámaras y todo lo tenemos refrigerado.

-¿Cuáles son las más consumidas por los clientes?
Las que más se consumen aquí son cervezas India Pale Ale (IPA), difíciles de encontrar en locales hasta ahora y las Stouts, potentes, con mucho cuerpo.

-Cítenos algunas de las rarezas que sólo podemos encontrar en BierCab.
Tenemos una cerveza holandesa que posiblemente es la más fuerte del mundo, con 60º de alcohol, llamada Start the Future. Después tenemos cervezas de 45º y también envejecidas, lámbicas del 2002 o 2004 que son auténticas joyas, así como destilados de cervezas lámbicas, que no tienen nada que ver con la cerveza convencional. A la gente que toma mucha cerveza el sabor ácido de las lámbicas es uno de los que más les gusta, aunque también hay quien prefiere cervezas saladas, como las alemanas de un estilo llamado Gose. Dentro de las rarezas que ofrecemos, las cervezas más caras, contra lo que a priori se pudiera pensar, son las que más se venden, por lo cual tenemos que reponerlas rápido. Tenga en cuenta que disponemos de cervezas muy exclusivas que ahora mismo nadie tiene, de las cuales se sacan muy pocas unidades en el mundo. Nos estamos dando cuenta de que, poco a poco la cerveza está empezando a considerarse un producto de calidad, como siempre ha pasado con el buen vino.

-¿Cómo ve el panorama cervecero artesano en España?
Teniendo en cuenta que nuestra cuota de mercado es de un 2% cuando, por ejemplo, en Estados Unidos es de un 17%, todavía queda camino por recorrer. También en los países nórdicos o en Inglaterra, se está notando una creciente afición por la cerveza artesana. En Londres, por ejemplo, en tres años han abierto más de cien pequeñas fábricas. En España estamos empezando, y esto cada vez va a más, pero aún nos falta distinguirnos por ser punteros haciendo algo espectacular. Aunque, como he dicho, cada vez están saliendo fábricas más buenas, y creo que la gente cada vez apuesta más por la calidad.

-¿Podría nombrar algunas ventajas de la cerveza artesana con respecto a la cerveza industrial?
Por supuesto. Nutricionalmente, lo que aporta al organismo una cerveza artesana nunca se lo aportará una cerveza industrial, sobre todo por los parámetros seguidos a la hora de la fabricación. En realidad son sólo cuatro ingredientes: cebada, agua, lúpulo y levadura, a los que se pueden añadir otros para dar diferentes matices, y a partir de ahí se va jugando, añadiendo más cantidad de uno u otro, pero la industrial se elabora de una determinada manera y con ciertos productos químicos para conservarse mucho tiempo. Una cerveza artesana Pilsen o Pale Ale nunca te aguantará un año, estas cervezas tienen tres meses de esplendor, después empieza a bajar su calidad. Nosotros tenemos la suerte de que la vendemos rápido y la tenemos refrigerada. Cada semana cambiamos de 30 a 50 barriles y la rotación permite a los clientes probar muchas diferentes, con una inmensa variedad que tampoco encontraríamos en la cerveza industrial.

> “Nutricionalmente lo que aporta al organismo una cerveza artesana nunca se lo aportará una cerveza industrial”

-En BierCab también dan mucha importancia a la gastronomía. ¿Qué tipo de comida ofrecen?
Efectivamente, para nosotros es muy importante que la gente disfrute bebiendo, pero también comiendo. Nuestra cocina se basa en tapas de calidad, pero para tomar en un ambiente informal y distendido. Recomendaría, entre otras, las patatas bravas, que ya han cogido muy buena fama en la ciudad, el anticucho de pulpo a la brasa, los calamares como los que se hacían antiguamente con tempura, crujientes y frescos, y platos como el wagyú a la plancha con chimichurri de lúpulo, el tártaro de wagyú y, dado que tenemos un excelente cocinero peruano, no hay que dejar de probar el ceviche y el sashimi. También nos diferenciamos por las hamburguesas BierCab, de carnes exóticas que cambiamos cada semana.

-Como sucede con el vino, unas cervezas “casan” mejor que otras con determinados platos, ¿no es así? Recomiéndeme algún maridaje.
Por supuesto, una cerveza lámbica con un jamón ibérico es espectacular, porque la acidez de la cerveza con la grasa del jamón, deja un sabor perfecto en la boca. También, un maridaje de un buen queso con una cerveza triple (de triple fermentación) de abadía es exquisito.

-Recientemente la plataforma RateBeer ha nombrado a BierCab la mejor cervecería del mundo. ¿Qué les ha supuesto este reconocimiento?
RateBeer es una página que siempre consultamos todos los que estamos en el mundo de la cerveza, por lo cual es un gran orgullo estar ahí en primer lugar. También ha atraído a mucha gente, ya que los amantes de la cerveza de todo el mundo, cuando viajan a un lugar se pasan por la cervecerías que han visto en esta plataforma, sobre todo si están bien posicionadas.

BIERCAB SHOP

Hace sólo dos semanas, se ha inaugurado, justo al lado de BierCab, la tienda BierCab, en la que se pueden encontrar cientos de referencias en botella de las mejores cervezas artesanales del mercado, de todos los estilos: Lager, IPA, Pale Ale, Stouts, Saison belga, etc. Para una óptima conservación, se ha dispuesto de un almacén refrigerado donde se guardan los barriles para la cervecería y las botellas para la tienda. Además, para evitar el deterioro producido por la luz se han instalado en todo el local y la nevera luces LED que garantizan una buena conservación. En la tienda también se pueden encontrar productos de merchandising cervecero como camisetas, vasos, copas, abridores, posavasos, etc., así como libros relacionados con la cerveza.

-¿Cuál es el perfil de sus clientes?
Dada la ubicación, en el centro de Barcelona, vienen muchos turistas, sobretodo de países nórdicos (suecos, daneses y finlandeses) y también estadounidenses. Las edades están comprendidas entre los 25 y 45 años y de clase media alta, y un dato curioso es que cada vez hay más mujeres que están animándose a probar nuestro producto. En líneas generales diría que el perfil de cliente es muy variado, no se trata solo de expertos cerveceros (que también los hay), sino de cualquiera que quiera disfrutar de una buena cerveza y gastronomía en un ambiente informal, pero con clase. Y a los no entendidos en la materia, nuestros camareros especializados y yo mismo estamos siempre encantados de asesorarles.

-¿Organizan algún tipo de evento relacionado con el mundo de la cerveza?
Sí, todos los meses organizamos uno o dos eventos en los que traemos a prestigiosos cerveceros de todo el mundo y ponemos sus cervezas en barril, ellos las presentan y explican un poco su proceso de elaboración. Lo hemos hecho ya con cerveceros americanos, belgas y daneses. Este mes vamos a traer una marca danesa, que se llama Tuborg, considerada una de las mejores en Europa, y pondremos los 30 tiradores con su cerveza. También tenemos la suerte de colaborar con Naparbier, sin duda la mejor cervecera que hay actualmente en España, y todos los cerveceros que traemos al evento, luego están invitados a visitar la fábrica, en Pamplona.

-¿Cuáles son sus planes de futuro?
Nuestros planes de futuro ahora mismo se basan en hacer una ampliación del local cogiendo el de al lado. En realidad se trata de llevar a cabo lo que era nuestro proyecto inicial, un local con 60 tiradores, divididos en dos barras de 30 y 30, un paraíso para cualquier amante de la cerveza.

www.biercab.com
Tel. 644 689 045

ENTREVISTA CON XAVIER LANGA, GERENTE DE LANGA CONCEPT

“Entender lo que está buscando el cliente es básico para dar el toque mágico al establecimiento”

La empresa Langa Concept está especializada en diseño y producción de vitrinas

No hay diseño sin funcionalidad, y en Langa Concept, una empresa familiar con más de 40 años de experiencia dedicada a la fabricación de vitrinas frigoríficas y a la realización de proyectos integrales para comercios de alimentación, siempre han hecho hincapié en que una vitrina, además de ser elegante y bonita, tiene que ser accesible, cómoda, funcional, adaptada a las nuevas formas de venta y de calidad. “Estos son nuestros pilares desde que empezamos, tanto en las vitrinas como en nuestros proyectos integrales”, explica su gerente, Xavier Langa.

-¿Qué es lo primero que tienen en cuenta a la hora de diseñar una vitrina? ¿Depende del tipo de producto que se expone o hay otros elementos más importantes a tener en cuenta?

Para nosotros, los dos elementos más importantes a la hora de diseñar una vitrina son tanto su forma y técnica, como el producto que será expuesto en ella. El producto a exponer es el que tiene que destacar sobre cualquier cosa. Y tiene que estar lo más accesible tanto al vendedor como al propio cliente. Nuestro objetivo es eliminar las barreras entre cliente y producto y crear una venta fluida, ágil y fácil.

Otro aspecto muy importante para nosotros es el concepto que hay detrás de cada uno de nuestros productos, así como la ergonomía, el diseño y la funcionalidad. Tratamos cada uno de nuestros proyectos de manera única y nos adaptamos a las necesidades del cliente. Creemos que escuchar a nuestros clientes es lo más importante para conseguir un buen proyecto, adaptado a sus necesidades y requerimientos. Por lo que no tenemos una metodología rígida a la hora de proyectar o fabricar, sino que la vamos adaptando en cada proyecto. De esta manera cada uno de ellos refleja su personalidad, con una frescura y un carácter único.

Todo esto nos lleva a decidir el mejor modelo de vitrina para cada uno de nuestros clientes, su forma, tanto en su recorrido como en su sección, los materiales a utilizar, el tipo de refrigeración más adecuado, la iluminación específica para cada producto.

-¿Cómo aunar diseño y funcionalidad en una vitrina?

Para lograr este objetivo no se tiene que entender la vitrina como un elemento aislado que forma parte del establecimiento a reformar. Nos gusta aportar carácter a nuestras vitrinas, tanto en la manera de funcionar o presentar el producto como en su forma. Y nos gusta sobre todo que nuestros clientes lo puedan apreciar y valorar.

CONCEPTUALIZACIÓN GLOBAL DEL PUNTO DE VENTA

Antes de reformar un establecimiento, los especialistas de Langa Concept estudian cuáles son las ventajas competitivas del cliente, su propia tradición, sus necesidades y su entorno actual. Sobre esta base, se redefine su estrategia y objetivos y posteriormente proyectan la propuesta. Definen qué vitrinas necesita el cliente, repiensan la distribución del espacio para optimizar la venta y la interactividad con el cliente y el vendedor, y por último realizan el proyecto de interiorismo.

“Para lograr el concepto global del punto de venta”, explica Xavier Langa, “la comunicación con el cliente es fundamental. Él nos da los recursos y la información necesaria para absorber toda su historia, sus necesidades y sus costumbres. Entender lo que está buscando el cliente es básico para dar el toque mágico al establecimiento y contagiarle la energía suficiente para hacer frente a un nuevo reto con éxito”.

Para conseguir un proyecto global disponen de grandes profesionales especializados en cada una de las fases de producción: técnicos, interioristas, comerciales, grafistas... “Nuestro equipo proyecta de manera global y cohesionada”, añade Xavier Langa. “Sólo de esta manera se puede conseguir un proyecto sólido. Como en una cocina profesional donde la comunicación, el trabajo en equipo y las ganas son básicas para conseguir el mejor plato”.

-Para pensar el diseño y el grafismo... ¿tienen en cuenta la idiosincrasia e historia del cliente o lo repiensan desde cero?

Nunca empezamos el trabajo o el proyecto desde cero, ya que empezamos con los *inputs* del cliente. Sería un error empezar sin hablar con él. Caeríamos en el típico proyecto artificial, sin contenido ni alma. Iría en contra de nuestro espíritu de empresa, el de proporcionar a cada cliente el mejor concepto adaptado a sus necesidades y que sienta que es único, personalizado.

Nos basamos en la historia y necesidades del cliente, dándole importancia en sí ha habido cambio generacional o no en su negocio. A partir de aquí, empieza la idea de un proyecto basado en nuestra experiencia, en la del cliente, y siempre orientándolo hacia la innovación, las últimas tendencias en el sector y las nuevas tecnologías.

> “Escuchar a nuestros clientes es lo más importante para conseguir un buen proyecto, adaptado a sus necesidades y requerimientos”

-¿Podría mencionarnos algunos de los trabajos más destacados que han realizado?

La verdad es que no nos gustaría mencionar ninguno en particular, ya que les tenemos un cariño especial a todos nuestros proyectos realizados hasta ahora. Todos y cada uno de ellos nos resultan relevantes por distintos motivos. Por lo que preferimos invitarles a visitar nuestra página web para poder ver una selección de nuestros proyectos realizados. Con frecuencia vamos añadiendo nuevos proyectos, por lo que nuestra página web va creciendo en paralelo y es el mejor catálogo que podemos tener.

LANGA concept

www.langaconcept.com
Tel. 933 994 552

La bebida vegetal de arroz con avellanas, una alternativa saludable y con sabor

MONTSERRAT RIUS, ASESORA NUTRICIONAL DE LIQUATS VEGETALS

Liquats Vegetals, la primera empresa española en la producción de bebidas vegetales, ha lanzando, con su marca Monsoy, una nueva variedad, la bebida de arroz con avellanas. Se trata de una bebida vegetal ecológica producida y envasada en el Parque Natural del Montseny. El delicado sabor del arroz combina de manera excepcional con la cremosidad y el aroma de avellana ligeramente tostada.

Es una bebida de origen vegetal natural, sin aditivos, conservantes, colorantes o endulzantes. Tiene una gran capacidad de hidratación, es muy digestiva y nos brinda una fuente de energía indispensable.

Tanto el arroz como las avellanas son dos ingredientes básicos de la dieta mediterránea, que mezclados potencian el perfil de sus nutrientes.

Equilibra los niveles de glucosa en sangre reducidos por la actividad diaria, nutriendo el cerebro, los músculos y el sistema nervioso. El reducido nivel de grasas naturales que contiene son cardiosaludables, es decir, que benefician el corazón, el sistema circulatorio y los vasos sanguíneos, imprescindibles para la salud hormonal y los tejidos corporales.

Además, las avellanas tienen una gran concentración de nutrientes destacando la vitamina E, potente antioxidante regenerador celular, y notables cantidades de potasio, fósforo, calcio y magnesio. En su ligero aporte proteico cabe subrayar la riqueza en un aminoácido llamado arginina que, entre otras propiedades, estimula la cicatrización de heridas, previene las lesiones en arterias e incrementa la inmunidad del organismo. Su tacto suave al paladar tiene efecto reparador de las mucosas del tracto digestivo siendo efectiva en dolencias como gastritis, acidez de estómago o pirosis.

La fibra de origen vegetal que contiene ayuda a reducir los niveles de colesterol y triglicéridos en sangre, mejora el equilibrio intestinal y disminuye la hinchazón abdominal. Al no contener gluten ni lactosa es apta en todo tipo de intolerancias, excepto a los frutos secos.

Es muy recomendable en casos de hipertensión arterial, retención de líquidos o cardiopatías por su bajo contenido en sodio; en insuficiencia renal, gota, ácido úrico o metabolopatías donde es necesario controlar el aporte de proteínas; en diabetes, porque no contiene azúcares añadidos y ayuda a regular la absorción de hidratos de carbono; para personas con anemia y en disfunción tiroidea o cuando no se puede tomar soja y derivados.

Es un excelente alimento de uso diario, apto para ser incluido en cualquier tipo de dieta y para tomar tanto en el desayuno como tentempié entre comidas, refresco o postre ligero. También se puede usar en cocina para preparar deliciosos platos, especialmente postres.

Una bebida ideal para toda la familia, también para convalecientes, ancianos, embarazadas, estudiantes y deportistas.

Tanto ésta como el resto de bebidas de la gama Monsoy están disponibles en tiendas especializadas como herboristerías y tiendas de productos ecológicos y dietéticos.

www.liquats.com

ENTREVISTA CON XAVIER PALLARÉS, GERENTE DE EXAPRESA

"El clima propio influye en los vinos de la Conca de Barberà"

Exapresa tiene su sede en el Mas de la Sabatera, una masía de 1749 que fue la primera edificación de la finca adquirida por la propiedad y desde la que se gestiona y dirige la explotación. En total, más de 100 hectáreas de viñedos propios en los que se cultivan variedades de uva como el Chardonnay o la autóctona Trepat.

-¿Qué caracteriza a la Denominación de Origen Conca de Barberà, a la que pertenecen?
En España, y sobre todo en Catalunya, existen un gran número de denominaciones de origen. En el caso de la Conca de Barberà esta zona tiene una climatología propia al estar rodeada de montañas y tiene también una tipología de uva originaria como es el Trepat. Se trata de una uva negra con una piel muy fuerte y gruesa que, por ejemplo, se utiliza para producir el cava rosado brut.

-¿Qué otros tipos de uva cultivan en sus viñas?
La variedad de uva estrella para nosotros es el Chardonnay, pero en todo caso nos adaptamos a lo que nos pide el mercado. Tenemos variedades de uva blanca y negra como Macabeo, Parellada, Tempranillo, Cabernet y Pinot Noir. Uno de los aspectos destacados es que gran parte de toda esta producción es ecológica, por lo que está controlada y se analiza para certificar que no utilizamos productos químicos en nuestros viñedos. Con estas variedades elaboramos nuestros vinos Mas de la Sabatera y Heredad Pallarés.

-¿En qué sentido enfocan todos sus esfuerzos en el cultivo para conseguir el rendimiento óptimo y el equilibrio deseado de todas estas variedades?
Contamos con la ayuda de un asesor técnico externo a la empresa que nos ha ayudado a informatizarnos para saber lo que hemos invertido en temas como abonos, horas de poda, tractor... y así cuando dispongamos de los datos de producción podremos evaluar todas estas inversiones. También, y como nos indican los propios productores que nos compran, que son muy exigentes, realizamos la vendimia de noche para que no se oxide tanto la uva, optando también por una cosecha mecanizada porque así ya separamos la uva de la grapa como así nos lo exigen. La solución principal para que los viñedos sean rentables es invertir constantemente. Y sobre todo contar con un personal muy competente e implicado en la empresa.

"La solución es invertir constantemente"

-¿Cuáles son sus proyectos de futuro?
Para nosotros es importante que conozcan nuestras tierras. Uno de nuestros proyectos de futuro pasa por rehabilitar la masía que acoge nuestras instalaciones para que la gente la pueda venir a conocer y también ver cómo trabajamos nuestros viñedos, así como nuestros vinos y cavas. Sobre nuestros productos, también incorporaremos en breve el brut nature porque la gente quiere tener variedad entre la que escoger.

www.exapresa.com

ENTREVISTA CON SERGIO GÓMEZ Y PEDRO SUÁREZ, PROPIETARIOS DE TALL A TALL CARNISSERS

"Nuestro secreto: una gran variedad de carnes seleccionadas a un precio ajustado"

Con un trato cercano y familiar, los dos socios de Tall a Tall Carnissers nos explican a qué se debe su éxito, que vemos reflejado en el constante flujo de clientes en su parada del Mercat de Sant Ildefons de Cornellà.

-¿Qué carnes ofrecen?
Contamos con más de 300 referencias de productos distribuidas en tres líneas principales: carnicería, tocinería y pollería. En carnicería ofrecemos sólo productos nacionales: ternera de Girona, novilla gallega, cordero lechal de Teruel, lechazo de Burgos, cabrito de Almería, etc.; el cerdo, lo obtenemos de los mataderos de Girona y de Vic y la pollería también se cría en Catalunya. Nos dedicamos sobre todo al producto fresco, pero a veces, cuando encontramos alguna partida de un embutido o queso que nos interesa por su calidad y buen precio, la compramos. Por ejemplo, ahora tenemos un buen queso de oveja de Toledo de la Denominación de Origen Manchego a un precio excelente. También elaboramos productos de fabricación artesanal, como chorizos, salchichas, butifarras, etc. Por último, complementamos nuestra oferta con una amplia gama de platos cocinados y precocinados, que tienen mucho éxito, sobre todo en Navidad.

-¿Cuáles diría que son sus valores añadidos con respecto a otras carnicerías?
El hecho de que desde que en el año 2009 abrimos el negocio, hayamos pasado de tres a diez empleados, ampliando la superficie de la parada y también la del almacén tres veces, nos da una prueba de que estamos haciendo las cosas bien. Lo hemos conseguido ofreciendo un producto de calidad cuidadosamente seleccionado a un precio muy competitivo. Intentamos es minimizar el margen de beneficios, pero vender más cantidad y además, con mucha rotación.

-¿Amplían su oferta en Navidad?
Para Navidad tenemos, además del cordero, el cabrito y el lechazo, una amplia oferta de todo tipo de aves: pulardas, pollos de payés de Gers, faisanes, patos, ocas, etc., y también nuestros platos precocinados, como pollos rellenos de muchos tipos, rustidos de ternera o de cabrito, croquetas, canalones de *foie* o de pato, caldos de Navidad, etc. Incluso en estas fechas, mantenemos nuestros precios ajustados.

-¿Cuáles son sus planes de futuro?
Estamos actualizando nuestra página web con una tienda en línea y también vamos a crear una aplicación para móvil desde la que se podrán realizar pedidos.

tallatallcarnissers@gmail.com
Tel. 933 762 330

EXPERIENCIA Y CRECIMIENTO

Cuando Sergio Gómez y Pedro Suárez decidieron abrir Tall a Tall Carnissers en el año 2009, conocían bien el oficio de carnicero, ya que ambos habían trabajado en el ramo desde muy jóvenes en los negocios de sus respectivas familias. Desde entonces han crecido cada año, pasando de tres a diez empleados y ampliando la superficie tanto de su establecimiento como del almacén.

ENTREVISTA CON ELEUTERIO Y SERGI GALINSOGA, DE LA CANSALADERIA GALINSOGA

“Con las comodidades del reformado Mercat de Sants esperamos tener una buena campaña navideña”

Como cada año, la Cansaladeria Galinsoga, fundada en 1915, se prepara para atender las demandas navideñas de sus clientes: jamones, quesos, embutidos artesanalmente elaborados y platos precocinados. Todo en el remozado y funcional Mercat de Sants.

EMBUTIDOS ÚNICOS EN BARCELONA

La Cansaladeria Galinsoga es todavía uno de los pocos establecimientos barceloneses en los que se pueden encontrar embutidos “blancos” al estilo murciano. Tal como señala Sergi Galinsoga, “elaboramos *botifarrons* de ceba i *pinyons* o la *llonganissa* blanca i vermella que con recetas tradicionales murcianas y con especias que traemos de esa región”. Eso sí, la carga de especias es menor ya que antes los embutidos tenían un sabor más intenso y ahora los gustos son más suaves. “Digamos que es mitad catalán mitad murciano.

-Usted es presidente del Mercat de Sants. ¿Qué valoración hace de la reforma?
Estamos muy contentos. El traslado de los 42 concesionarios ha sido un éxito, además contamos con un aparcamiento propio, accesos adaptados y un supermercado dentro del mercado con lo que los clientes pueden realizar toda su compra. Con las comodidades que nos ofrece el nuevo mercado y la calidad de las paradas tendremos una buena campaña navideña. Además cada vez viene a comprar más gente de fuera del barrio.

-Cansaladeria Galinsoga también estrena parada. ¿Qué encontrará el cliente?
Productos elaborados artesanalmente: el jamón dulce, la mortadela, la sobrasada, el chorizo, la butifarra negra, la butifarra blanca, la de huevo y la de perol, la catalana, etc., 100 tipos de quesos diferentes (franceses, holandeses, ingleses), patés, carnes frescas (salchichas, costilla de cerdo, lomos adobados, pies de cerdo, caretas, etc.) y, por último, distintos tipos de jamones ibéricos, serranos, del país y por supuesto nuestros embutidos al estilo murciano.

-¿Y para Navidad?
Bandejas de embutidos como entrantes, sobre todo para Nochevieja, y también platos precocinados. Y un clásico que se repite año tras año es el cochinillo para hacer al horno, que puede ser de aquí o ibérico.

-Y jamones, claro...
Sí, nosotros tenemos jamones para todos los gustos y para todos los bolsillos y con la seguridad de que saldrá bueno. Fíjese que son muchos los clientes que después de comprar un jamón en otro lugar, al año siguiente vuelven aquí ya que saben que el nuestro es garantía de calidad segura y el que compraron en otro lugar no acabó de satisfacerles.

Cansaladeria Galinsoga
Mercat de Sants
Tel. 933 395 393

ENTREVISTA CON ALBERTO CUADRADO, RESPONSABLE DE PROYECTOS DE RIJK ZWAAN IBÉRICA

“Con productos innovadores fomentamos el consumo de frutas y verduras”

Desde sus inicios en 1924, la empresa Rijk Zwaan, que lleva el nombre de su fundador, se ha dedicado a la investigación y mejora genética de variedades hortícolas y a su venta a los productores profesionales. Uno de sus principales productos es la lechuga Salanova®, de la cual hablamos con el responsable de proyectos en España, Alberto Cuadrado.

-Una parte importante de su producción la dedican a la lechuga Salanova, ¿Cuáles son sus características?
Salanova es la lechuga más innovadora del mercado. Además de ser un producto sabroso es muy cómodo ya que, con un solo corte, las lechugas se deshojan en preciosas hojitas de igual tamaño que además triplican en cantidad las hojas de la lechuga convencional.

-¿Qué tipos diferentes de lechuga hay bajo la marca Salanova?
Disponemos de una amplia variedad de diferentes formas y texturas: Trocadero, Hoja de Roble, Batavia, Lollo y Crispy, todas en color verde y rojo.

-¿Dónde podemos comprar lechugas Salanova?
Hoy en día podemos encontrar Salanova en la mayor parte de los supermercados y en las tiendas tradicionales que se abastecen a través de mercados mayoristas, como Mercabarna. Hay dos presentaciones: una es el “Duo pack”, con dos piezas (una verde y otra roja) y otra es la lechuga viva (con raíz) que nos aporta aún mayor frescura. Algunas de las empresas que las producen y comercializan en España son Grupo Lucas, Lechugas Vivas, Comfresh, Primaflor entre otras.

-¿Qué beneficios ofrece Salanova?
Como he comentado con anterioridad Salanova ofrece un producto de excelente calidad por su sabor, frescor y formato (hojitas pequeñas que no necesitan un posterior corte) y además facilidad de uso “Un corte y listo”. Más allá de esto, productos que encajen con las demandas actuales del consumidor nos van a ayudar a mantener unos ratios adecuados de consumo de F&V que tanta falta nos hacen para tener unos hábitos saludables. Los productores de lechuga como cualquier otro proveedor de productos debe de ofrecer innovaciones al consumidor que aporten mayor valor y así beneficiarse de todo lo que esto conlleva (imagen , fidelidad...). Salanova no va a sustituir a la gama actual de hojas que hay en el lineal sino a enriquecerla y ofrecer alternativas al consumidor.

La compañía, creada en Rotterdam, actualmente vende en 100 países y tiene 27 filiales por todo el mundo. Se centra en la investigación para conseguir las mejores características de las hortalizas, con el fin de, por ejemplo, obtener hortalizas más sabrosas o resistencias naturales a enfermedades y plagas.

-¿Cuáles son sus planes de futuro?
Debemos buscar nuevas vías para hacer llegar el mensaje a los consumidores y las redes sociales nos pueden ayudar a ello, por ejemplo, con LoveMySalad.com, una plataforma social que promueve el consumo de frutas y verduras, en la que productores, consumidores y restauradores comparten información y recetas.

www.rijkzwaan.es
Tel. 950 626 190

Catamar: pescado y marisco

Catamar, empresa especializada en la comercialización de pescado y marisco, fresco y congelado a empresas de restauración y hostelería, ofrece un servicio global de asesoramiento en precios, calidad, tipos de pescado y marisco según el origen y una gran variedad de servicios.

CATAMAR
Gastronomía

CATAMAR SL, PEIX - MARISC - www.catamarsl.com - pedidos@catamarsl.com
C. Transversal, 8, núm. 44 - 08040 Mercabarna (Barcelona) - Tel. 93 262 73 20 - 93 556 14 10

PRODUCTOS

- Pescado y marisco, fresco y congelado de la mejor calidad, salvaje o de vivero.
- Moluscos y bivalvos vivos.
- Elaboración de todo tipo de brochetas, rollitos, etc.
- Recepción diaria de las principales lonjas y puertos del país.
- Transporte en vehículos frigoríficos.
- Nuevas instalaciones en Mercabarna.

SERVICIOS

- Sugerencias sobre cartas de temporada, menús, eventos, etc.
- Asesoramiento sobre calidad y precios del pescado y marisco.
- Consejos sobre la abundancia, las vedas y las paradas biológicas.
- Posibilidad de eviscerar, cortar, filetear y porcionar el pescado fresco.
- Diferentes tipos de envases y presentaciones personalizadas.

ENTREVISTA CON ROSER QUESADA, RESPONSABLE DE FORN I PASTISSERIA EL RACÓ

“Priorizamos la calidad de las materias primas y un proceso de fermentación largo”

El Forn i Pastisseria El Racó es un establecimiento emblemático de Granollers que tiene sus orígenes en 1827, destacando por su carácter familiar y por su apuesta por utilizar siempre materias primas de calidad.

Tras tener diferentes propietarios, la empresa fue comprada en 1977 por la familia Quesada-Andreu, quien le dio un nuevo impulso incorporando variedades de pan que hasta el momento no eran conocidas, además de utilizar harinas de diferentes cereales o sabores como queso o cebolla. Gracias a esta dedicación, en 1996 Josep Quesada Ortiz recibió la carta de Maestro Artesano y en 2006 el premio Establecimiento Centenario. Actualmente, está al frente de El Racó la segunda generación de pasteleros y panaderos, que apuestan por continuar utilizando un método de trabajo totalmente artesanal, “donde priorizamos la calidad de las materias primas y un proceso de fermentación largo, que hacen que nuestros productos tengan un sabor único”, explica Roser Quesada. Asimismo, añade, “cuidamos hasta el más mínimo detalle tanto en nuestros escaparates como en el trato a nuestros clientes”.

Especialidades dulces para Navidad

La oferta de El Racó se amplía para las fiestas navideñas con la incorporación de especialidades tanto dulces como saladas. En el primer apartado, y debido a sus orígenes alicantinos, son especialistas en rosquillas (de anís, vino, moscatel, naranja, huevo, limón...) y en mantecados artesanos como los de almendra, avellana, limón, tradicionales de Andalucía, Astorga...

> “La oferta de turrones innovadores incluye variedades como los de chocolate blanco, crema de pistachos y fresas liofilizadas”

El protagonismo es también para las neulas y los turrones. “Tenemos desde los más tradicionales de yema quemada, mazapán de Cádiz, duros de almendra con chocolate con leche o sin leche, con almendra garrapiñada y avellana con chocolate del 70% de cacao, o fruta hasta los más vanguardistas, que tienen siempre muy buena aceptación entre nuestros clientes”, explica Roser Quesada. La oferta de estos turrones tan innovadores incluye variedades como los de chocolate blanco, crema de pistachos y fresas liofilizadas –la novedad de este año–, té verde con chocolate blanco, crujiente de neula, caramelo, coco y chocolate blanco o café, por ejemplo. “Decimos que son como bombones de diseño, que presentamos con un *packaging* muy atractivo y que son un muy buen regalo para estas fiestas”, añade. De hecho, desde El Racó preparan lotes de productos navideños tanto para empresas como también como detalle de Navidad.

Durante las fiestas también elaboran el Tronco de Navidad y el Tortel de Reyes, así como el Pan de Navidad, similar al brioche pero elaborado con zumo de naranja y comino.

Entrantes salados para las fiestas

Desde El Racó están especializados en la elaboración de variedades saladas para las fiestas. Bajo pedido, sirven hasta 11 variedades de canapés, disponibles en dos medidas, bocadillos pequeños con panes de sabores como los de cebolla o aceitunas, así como quiches minis. “También tienen buena acogida los pasteles salados, por ejemplo, de crema de queso y jamón dulce quemado, jamón serrano, atún o salmón”. Todo ello sin olvidar las cocas de de pan de aceite o el pan de larga fermentación con masa madre que se elaboran en El Racó.

www.fornelraco.com
Tel. 938 702 289

Canals & Munné, momentos inolvidables

El cava es sinónimo de celebración, de alegría, porque cualquier momento normal se convierte en algo excepcional y entrañable si lo regamos con las burbujas y el chispeante sabor y aroma de un buen cava. Y si de buenos cavas hablamos, Canals & Munné es el claro ejemplo de calidad, tradición y modernidad, el bastión de los cavas catalanes, con 100 años de historia en sus bodegas sigue sorprendiendo al mundo con sus magníficos vinos y cavas.

Desde 1915 Canals & Munné elabora sus cavas, vinos y licores primando la calidad de las materias primas y las producciones limitadas. Una rigurosa selección de las mejores uvas. La oscuridad. El silencio. Un completo y complejo proceso 100% artesanal, unido a la más avanzada modernidad, hacen que puedan ofrecer siempre un producto de la máxima calidad. Un producto único, sencillamente espectacular. El 90% de sus cavas están clasificados por el Consejo Regulador del Cava como cavas Gran Reserva.

Dos medallas de oro

Como resultado de esta filosofía sus cavas Reserva de l’Avi i Gran Reserva Brut han conseguido una Medalla de Oro en la edición de este año 2014 del Concurso Mundial de Bruselas, posiblemente el de mayor prestigio de todos los que se realizan en el mundo.

Visitas guiadas

Los fines de semana y festivos se puede disfrutar de visitas guiadas a las cavas con degustación de sus productos, convirtiéndose uno en enólogo por un día. Visita que finaliza con una comida típica catalana en el Gran Centro de Ocio Canals & Munné (*Cava Vella*).

info@canalsimunne.com
www.canalsimunne.com

LOTE NAVIDEÑO

OFERTA ESPECIAL PARA SUSCRIPTORES DE EL PERIÓDICO

12 botellas de cava por solo 99 euros
+ regalo de 1 botella del cava GRAN DUC
(PVP habitual 170 euros)

Una representación de todos sus cavas que le permitirá entrar en el exclusivo mundo de CANALS & MUNNÉ descubriendo todo un mundo de aromas y sabores que constituyen un verdadero placer para los sentidos y que, ahora, podrá disfrutar a un precio excepcional.

Composición lote: 3 botellas INSUPERABLE BRUT, 2 botellas GRAN RESERVA BRUT, 2 botellas ROSÉ BRUT PINOT NOIR, 2 botellas DIONYSUS B.N. ECO, 1 botella BRUT NATURE, 1 botella RESERVA DE L’AVI, 1 botella 1915 BY C & M + botella GRAN DUC de regalo.

Compre desde su casa
Tel. 93 891 03 18

Envíos GRATIS a cualquier punto de España

Pago con tarjeta o contra reembolso

CASA PERRIS

Casa Perris, la granería de toda la vida

Este establecimiento situado en el cosmopolita barrio del Born de Barcelona dispone de una excelente variedad de frutos secos, legumbres y harinas, y se ha convertido en un paraíso para los amantes de la cocina con su amplio abanico de productos de proximidad.

De arriba a abajo y de izquierda a derecha: Sergio, Clàudia, Julio, Laura, Josep Maria, Neus, Natàlia, Israel y Sílvia. Fotografiados por Isolda Delgado.

Casa Perris es una humilde casa de payés de un pequeño pueblo del corazón de Catalunya, en la comarca de la Segarra. Como payeses saben valorar en primera persona el esfuerzo que representa la vida agraria y es por este motivo, que en su establecimiento de la Plaça Comercial de Barcelona, al lado mismo del antiguo Mercat del Born, predominan los productos de nuestra tierra, de proximidad.

Destacan, entre su gran variedad de productos, las almendras de les Garrigues, las avellanas de Vilallonga del Camp y las nueces de Lleida, etc. También ofrecen a sus clientes, aparte de las tradicionales legumbres, variedades autóctonas que han recuperado con la ayuda delos payeses de la zona de origen. Es el caso del Vallès, la comarca que ha conseguido recuperar la variedad propia de la *mongeta del Genoll de Crist*, característica por su doblefloreado y por su finísima piel, o la *mongeta de carai*, que según cuentan, debe su nombre a la expresión de un cura que cuando la probó exclamó: "Carai, que bones!". Son estos detalles los que hacen de Casa Perris una tienda diferente, con vida, con sentimiento, un establecimiento comprometido con sus proveedores y con sus clientes y con los productos de proximidad y de calidad.

UNA TIENDA DE HOY COMO LAS DE ANTES

Aquél que se acerque a Casa Perris, se encontrará con una venta como la de antes, a granel, donde todo el mundo puede comprar la cantidad que quiera, con la atención personalizada de un gran equipo profesional que intentará asesorar en cada caso como cocinar cada producto para poder sacarle el mayor provecho posible.

Entrar en Casa Perris es entrar en un mundo diferente donde se mezclan adecuadamente el pasado y el futuro de la tradición culinaria, un mundo donde conservan los productos de siempre y hay lugar para los más nuevos, una tienda donde la oferta no deja de crecer día tras día. Muy recomendable visitarla.

En el alma del Born de Barcelona

Poco a poco, después de tres años el establecimiento, situado en la zona más concurrida del bullicioso barrio del Born, la tienda ha ido aumentando su variedad de productos, hasta llegar a ofrecernos en la actualidad más de mil referencias de productos de todo tipo. Es una tienda de paso obligado para los amantes de la buena cocina, ya que disponen de más de 40 tipos de harinas diferentes, una de las especialidades de la casa, que ofrece todas las facilidades para hacer distintos tipos de pan en casa, y ofrece la posibilidad de adquirir productos de cultivo ecológico.

Casa Perris es una tienda diferente, con vida y sentimiento, un establecimiento comprometido con sus proveedores y con sus clientes

La oferta de Casa Perris sigue el difícil equilibrio de producto fresco de calidad, a buen precio y de origen de proximidad. Entre su oferta, aparte del grano, las legumbres y los cereales, se encuentra miel, especias, tés y productos exclusivos variados, como el dátil fresco, que se puede adquirir pocos días después de la cosecha, o también el arroz verde, entre muchos otros.

Productos frescos de calidad, a buen precio y de proximidad

CASA PERRIS
Plaça Comercial, 2
08003 Barcelona (delante del antiguo Mercat del Born)
www.casaperris.com
info@casaperris.com
Tel. 933 195 548

Horario:
De lunes a viernes
de 8.00 h a 20.00 h
Sábado de 8.30 h a 20.00 h

Parking gratuito
(entrada delante de la tienda)

HORCHATERÍA EL TÍO CHÉ

Elaboración artesanal de 25 variedades de turrones de chocolate

Un año más el centenario establecimiento de la rambla del Poblenou nos endulzará las fiestas navideñas con helados, tortas personalizadas de chocolate, almendras y avellanas, dulces... y horchata.

"Sólo cuando baja la temperatura y refresca podemos elaborar el chocolate perfecto para nuestros turrones. No puede hacerse antes, ya que el producto no tendría la excelencia requerida por nuestros clientes", esto es lo que nos explica Teresa Moreno, encargada de venta al público de la Horchatería el Tío Ché.

Cuando el chocolate está a punto, arranca el laborioso trabajo individual de producción de cada barra de turrón. Un proceso del que se encargan Alfonso Iborra, marido de Teresa Moreno, y sus hijas, expertas reposteras, que representan la cuarta y quinta generación de una familia que comenzó a servir horchatas en 1912.

¿Qué variedades ofrecen?, "Los trufados son de naranja, ron y pasas, mar de cava, whisky, canela con limón, Baileys, fresa, trufa sola, Grand Marnier, kiwi, coco, etc., así hasta alcanzar las 25 variedades diferentes. Y las otras variedades de chocolate no trufado son más clásicos, como el de avellanas y almendras", nos explica Teresa Moreno. Una oferta de chocolate que se completa con turrones sin azúcar y aptos para celíacos.

Poco más de un mes de intenso trabajo que da como resultado una producción limitada y exquisita de turrones de chocolate con diferentes gustos, que bien puede comprarse en el establecimiento del número 44 de la rambla de Poblenou, aunque muchos ya están encargados antes incluso de elaborarse.

Y junto a los turrones otros dulces típicos navideños de producción propia. Unas tortas de chocolate –negra, blanca o con leche– con almendras avellanas y de 20 cm de diámetro, inspiradas en la rotonda que está en frente de nuestro establecimiento, una de las más antiguas del barrio que pueden personalizarse en su cubierta poniendo nombres o imágenes.

Sin olvidar los helados, que también tienen salida durante estas celebraciones, "cada vez vendemos más helados en Navidad, ya que detrás de una comida copiosa actúan como complemento perfecto ya que facilitan la digestión, señala Teresa Moreno.

MUY PRESENTE EN LAS REDES SOCIALES

Pese a contar con 102 años de existencia El Tío Ché es una horchatería moderna y volcada en las redes sociales. Su página de Facebook cuenta con cerca de 4.500 fans y el perfil de Twitter se acerca a los 500 seguidores. Para Teresa Moreno, "las redes sociales son una prolongación del espíritu de barrio de nuestro local en el que conocemos por el nombre a muchos de nuestros clientes. Si en la vida real muchos más que clientes son amigos, lo mismo ocurre en las redes". Además las redes sociales sirven para que El Tío Ché pregunte a sus clientes sobre qué productos les gustan más y también como altavoz para algunos visitantes ilustres que se acercan hasta el número 46 de la rambla del Poblenou. Entre los más recientes, Santiago Segura, que aprovechó su promoción en Barcelona de *Torrente 5* para irse a tomar una horchata a El Tío Ché.

HORCHATERÍA EL TÍO CHÉ
Rambla del Poblenou, 44-46
www.eltioche.es
www.facebook.com/eltioche
www.twitter.com/orxataeltioche
Tel. 933 091 872

TORRONS Vicens des de 1775 ARTESÀ D'AGRAMUNT

ALBERT ADRIÀ natura

Pasión por el Turrón

NOVEDADES DEL AÑO 2014

TURRÓN DE QUESO
Elaborado con:
Formatge de l'Alt Urgell i la Cerdanya D.O.P.

TURRÓN DE GIN TONIC
Elaborado con:
GIN MARE

TURRÓN DE "KIKOS"

TURRÓN DURO CRUJIENTE SOUFFLÉ
ELABORADO CON TURRÓN DE AGRAMUNT - EL TURRÓN **DEL S.XXI**

Le deseamos Felices Fiestas

TORRONS VICENS...el Turrón, Turrón.
OBRADOR · TIENDA · MUSEO
Ctra. de Tàrrega, 1 · 25310 Agramunt · Tel. 973 390 607 · torrons@vicens.com
www.**vicens**.com

EL GRUPO CÁRNICO VIÑALS SOLER NOS PRESENTA SUS INNOVACIONES Y PLANES DE FUTURO

"Presentamos Carnrosada®: una nueva marca exclusiva de carne de vacuno de excepcional sabor y ternura"

Con una historia de más de 100 años, Industrias Cárnicas Viñals Soler se ha convertido en un referente en el sector de vacuno y ovino a nivel nacional e internacional. En los últimos meses se ha incorporado a la compañía, Pol Viñals Burés, segunda incorporación de la cuarta generación de la família, después de su hermano Toni Viñals, con una misión clave: adaptar la compañía a las nuevas necesidades del mercado y orientarla hacia el consumidor final.

Ramón Viñals y Pol Viñals, tercera y cuarta generación familiar.

-¿Cuál es el posicionamiento de Viñals Soler dentro del segmento de industrias cárnicas?
Fundada por nuestro bisabuelo hace más de 100 años, Viñals Soler es de las pocas compañías cárnicas con capital 100% familiar. Con una clara vocación nacional e internacional, estamos en toda la cadena alimentaria. Controlamos ganaderías, matadero, sala de despiece, fileteado, elaborado y envasado, al igual que gestionamos el transporte directo hasta el punto de venta. Esto nos exige altos estándares de calidad y seguridad alimentaria para llevar la mejor carne a los amantes de este tipo de producto.

-Hace pocos meses, y tras trabajar en Unilever durante 7 años, te has incorporado a la empresa como director comercial. ¿Cuáles son los proyectos de futuro de Viñals Soler?
Unilever, como compañía líder que es, me ha aportado una gran visión y experiencia en términos de gestión orientada al cliente, trabajo en equipo, planificación por objetivos y marketing de producto. Todo este aprendizaje lo iré aportando poco a poco a la compañía. Actualmente estamos muy centrados en consolidar nuestra presencia internacional, la cual mi padre, actual director general y presidente, inició hace más de 20 años en países de la comunidad Europea. Por otro lado, desde hace dos años hemos iniciado un apasionante proyecto en los países del Magreb en dónde nos gustaría posicionarnos de forma permanente. Por último, queremos iniciar nuestro camino en construir una relación directa con el consumidor final a través de nuestra marca Carnrosada.

-En este sentido, ¿nos podría hablar un poco más de Carnrosada?
A raíz de la crisis de las vacas locas, mi padre, creó nuestra primera granja de ganado 100% de terneras hembras. Esto nos ha permitido controlar la calidad de la materia prima, la alimentación y el cuidado de los animales. Carnrosada se caracteriza por ser carne de ternera de alta calidad, con un sabor único gracias a la selección de las mejores piezas. Actualmente se puede comprar por internet a través de tiendas *online* o en cadenas de distribución.

-¿Es el control de calidad uno de sus principales valores?
Sin duda. Tenemos un departamento que aplica estrictos controles de calidad además de un seguimiento y trazabilidad transversal que va desde el origen hasta el punto de venta final. Nuestra misión en este punto es ser absolutamente rigurosos y dar la máxima seguridad al consumidor. Solo de este modo, podemos garantizar una máxima calidad y seguridad para el mayor disfrute de nuestros clientes.

APORTAMOS INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN: CARNROSADA

"Nuestra apuesta por la exportación no significa en ningún momento que descuidemos el mercado nacional", explica Pol Viñals. De hecho, la empresa tiene entre sus objetivos a corto plazo potenciar su marca de ternera certificada Carnrosada, procedente de terneras hembras, ya que nos aportan una mayor ternura de la carne, y criadas en granjas propias y asociadas del territorio catalán. De momento, se ha lanzado una primera línea de productos envasados con cortes de entrecot y solomillo de ternera para que esta carne de calidad se encuentre en los lineales de los supermercados o a través de tiendas gourmet *online* "La carne es un producto *comodity* y es difícil crear marca con un producto como este, si bien nuestro objetivo es seguir innovando y trabajando para hacer accesible este tipo de productos a los consumidores amantes de la buena carne".

VIÑALS GOURMET: AL SERVICIO DE LA HOSTELERÍA

Otro de los puntos fuertes del Grupo Viñals Soler es la apuesta que hizo la dirección general en crear una división especializada en restauración e I+D. Viñals Gourmet, que actualmente dirige, Ramón Viñals, se centra en ofrecer productos cárnicos de máxima calidad con el objetivo de satisfacer las necesidades actuales y futuras de un canal tan exigente como la hostelería. En palabras de su gerente, "nuestra misión y vocación es la de dar servicio a nuestros clientes dando respuesta diaria a sus necesidades. En esta línea, nuestra última inversión ha sido una cámara frigorífica especial para madurar y envejecer todo tipo de carne: ofrecemos a nuestros clientes carne madurada entre 30 y 60 días o carne con Denominación de Origen como Wagyu o Angus entre otras". En concreto, Viñals Gourmet da servicio a cadenas de restauración y restaurantes independientes hoteles, caterings, escuelas, a las provincias de Barcelona y Girona.

www.vinalsgourmet.com
info@vinalsgourmet.com

Carne de vaca con 60 dias de maduración, seleccionada exclusivamente para la restauración.

VIÑALS SOLER
INDUSTRIAS CÁRNICAS

www.vinalssoler.com
www.carnrosada.com
vs@vinalssoler.com

ENTREVISTA CON NEUS VIDAL PONS Y FAMILIA, DE FRUTERÍA VIDAL PONS

“Las frutas tropicales y exóticas también pueden ser muy saludables”

Fundada en 1897 y con cuatro puestos en el mercado de la Boqueria, Vidal Pons es un referente en lo que a la venta a frutas tropicales y exóticas se refiere, sin olvidar su amplísima oferta de frutas y verduras de temporada, fruta seca, setas, hierbas frescas, frutas de importación e incluso aceites y bombones.

-Kumquat, physalis, mangostán xango, tamarindo, pitahayas roja y amarilla, papayón... ¿Quién las compra este tipo de fruta?
Cada vez hay más gente interesada en las frutas tropicales y exóticas , porque son muy saludables y, si se toman adecuadamente, tienen muchas propiedades. El mangostán es antioxidante y la pitahaya amarilla está indicada para aquellas personas que tienen problemas intestinales. Además con la globalización cada vez más gente quiere probar o cocinar recetas con este tipo de frutas.

-Y en Vidal Pons tienen la máxima oferta posible...
En total trabajamos con 250 proveedores, incluidos los que nos traen las frutas exóticas. Nosotros debemos estar atentos a cualquier demanda del cliente y ayudarles a comprar lo que ellos quieren y por supuesto debemos conocer bien nuestro producto. Ello hace que además de la gente que viene a comprar a nuestras paradas, preparemos pedidos a muchos clientes a los que servimos a domicilio o vendemos por internet a través del portal *www.esmercado.com*. También servimos a algunos restaurantes de la ciudad.

-Hábleme ahora de las frutas y verduras de temporada que ofrecen en Vidal Pons.
Máxima calidad y variedad durante todo el año, producto que llega de todas las partes del mundo. No se trata de tener un solo tipo de manzana, nosotros tenemos hasta 6 tipos de manzanas diferentes, y lo mismo con todo: verduras, frutos secos, setas, hierbas frescas frutas de importación en incluso aceites y bombones...

-¿Bombones también?
Por supuesto, y de distintos países. Si una cosa nos gusta la queremos compartir con nuestros clientes: esa es una parte importante de la filosofía de Vidal Pons.

-¿Considera que tomamos suficiente fruta?
Creemos que sí. Se hacen muchas campañas ya desde la escuela y la oferta es tan amplia que todo el mundo encuentra la fruta que le gusta y también los hábitos de consumo varían: fruta deshidratada para mezclar con el yogur, bandejas de fruta para comer al instante, zumos, batidos naturales, etc.

-¿Qué les piden sus clientes para estas fiestas?
En Navidad se pueden compaginar los platos tradicionales con otros más ligeros a base de fruta tropical o exótica. Vendemos muchos melones y piñas baby.

-¿Ustedes también preparan cestas navideñas?
Trabajamos para muchas empresas que nos piden cestas de frutas exóticas para regalar a sus clientes o empleados. Es un detalle muy original y saludable de felicitar las Navidades. De la misma manera también elaboramos *welcome packs* para algunos hoteles y apartamentos.

vidalponsfruiters@gmail.com
Tel. 933 183 529
Tel. 933 187 390

ENTREVISTA CON DAVIDE STEFANINI, GERENTE DE MASTER MARTINI IBÉRICA

Materia prima para el sector de pastelería, heladería y horeca

Unigrà opera en el sector de la transformación y la venta de aceites y grasas alimentarias, margarinas y semielaborados destinados a la producción alimentaria. Nacida en 1972, es líder del sector en Italia y tiene presencia en 105 países. Master Martini Ibérica, con sede en Barcelona, distribuye en los mercados español y portugués.

-¿Qué materias primas comercializa Master Martini Ibérica?
En el interior de la empresa Unigrà tenemos seis unidades productivas distintas, verdaderas y propias fábricas dirigidas a seis producciones diferentes, como la refinación y el tratamiento de materias primas, el fraccionamiento de grasas, la producción de margarinas y grasas en cajas, el tratamiento UHT para la producción de cremas vegetales y helados, la producción de chocolate, sucedáneo y cremas para untar, y la producción de *mixes* y mejorantes para pastelería y panadería. Esta extendida y diversificada capacidad productiva nos permite satisfacer de la mejor manera las demandas de los clientes con productos hechos a medida en cualquier formato para la gran industria y para clientes de pastelería, catering y heladería.

-También disponen de una sección de producto artesanal...
Unigrà ha desarrollado a lo largo del tiempo una gama de productos especiales por tipología y tamaño, para profesionales de la pastelería, panadería y restauración que, con la marca Master Martini entre otras, abarca desde las margarinas al chocolate y sucedáneos, desde las cremas vegetales a los mixes y mejorantes y a los productos para freír. La amplia gama y diversidad de formatos explica el éxito que hemos obtenido en un mercado que es muy exigente y competitivo, tanto en Italia como en el exterior.

-¿Esta diversidad de oferta, es la clave de su éxito?
El éxito de Unigrà se apoya en ideas claras y ganadoras: la adquisición y la gestión de las materias primas, una maquinaria productiva tecnológicamente avanzada y de gran capacidad y la búsqueda constante de la calidad. Unigrà siempre ha considerado fundamental el desarrollo y la diversificación de la capacidad productiva unidos a la constante modernización tecnológica. La continua adecuación de instalaciones, sistemas y programas para la producción ha logrado un fuerte crecimiento, permitiendo también una amplia diversificación de la gama de productos. Para Unigrà la búsqueda de elevados estándares de calidad representa una elección prioritaria en cada nivel, no tan sólo en el ámbito de la producción, sino también en las relaciones con la red de ventas y en el servicio al cliente final. Unigrà ha obtenido la certificación UNI EN ISO 9001 de su sistema de calidad que tutela la selección de las materias primas, la formulación de los productos, el control y la asistencia al cliente para el uso del producto final. Además, la política empresarial de calidad y medio ambiente implica acciones de protección del medio ambiente acordes con las necesidades del contexto socioeconómico en el que se opera.

www.unigra.it
mmi@mastermartini.net
Tel. +34 931 880 188

ENTREVISTA CON JOSEP MARIA ROIG, PROPIETARIO DE LA PASTELERÍA LA COLMENA

“Barcelona perderá parte de su identidad si desaparecen los comercios centenarios”

La historia de la pastelería La Colmena se remonta al año 1849, cuando el local era la confitería Ca l’Abella. Tras su paso por varios propietarios, se hizo cargo del negocio Francesc Roig en 1927. Su nieto y actual dueño, Josep Maria Roig, nos explica que siguen haciendo los productos de Ca l’Abella, entre los que están los clásicos caramelos artesanales.

-¿Cómo se consigue seguir siendo una pastelería de referencia en Barcelona después de más de 150 años?
Por un lado, los clientes valoran la elaboración de nuestros dulces y pasteles de forma artesanal, algo cada vez menos frecuente, y por otro lado, está la ubicación. Esta plaza era la más concurrida de Barcelona, ya que aquí se hizo el primer mercado de la ciudad. También aquí se erigió el primer monumento civil. Todo mucho antes de que existiera la Plaça de Catalunya. Hoy en día, al estar en un cruce importante entre dos lugares tan visitados como la Catedral y el Museu Picasso y a las puertas del Barri Gòtic, nosotros tenemos mucha afluencia de turistas que vienen atraídos por los productos locales y tradicionales.

-Entre la gran variedad de dulces que ofrecen, ¿cuáles son sus productos estrella?
Conservamos los productos clásicos de toda la vida: caramelos artesanales (los más antiguos que se elaboran manualmente en España), los azucarillos o bolados, chocolates, turrones, merengues, etc., pero también hemos ido introduciendo dulces de moda como puedan ser los *macarons*. Entre nuestros productos más clásicos están también las cocas de chicharrones y los pasteles que se rigen por las festividades, como Sant Jordi, Sant Antoni, la coca de Sant Joan, los roscones de Reyes, las monas de Pascua, etc. También nos caracterizan los “pastissets” de cabello de ángel o las encasadas (“hechas en casa”), un producto típico barcelonés del siglo XIX, que elaboramos al modo tradicional y que no se encuentra fácilmente en otras pastelerías. Por último, destacaría el turrón de crema tostada para el que usamos la misma fórmula y modo de elaboración desde que el local era Ca l’Abella. Nos queda con un sabor intenso y una textura esponjosa, nada compacta, que a la gente le encanta desde siempre.

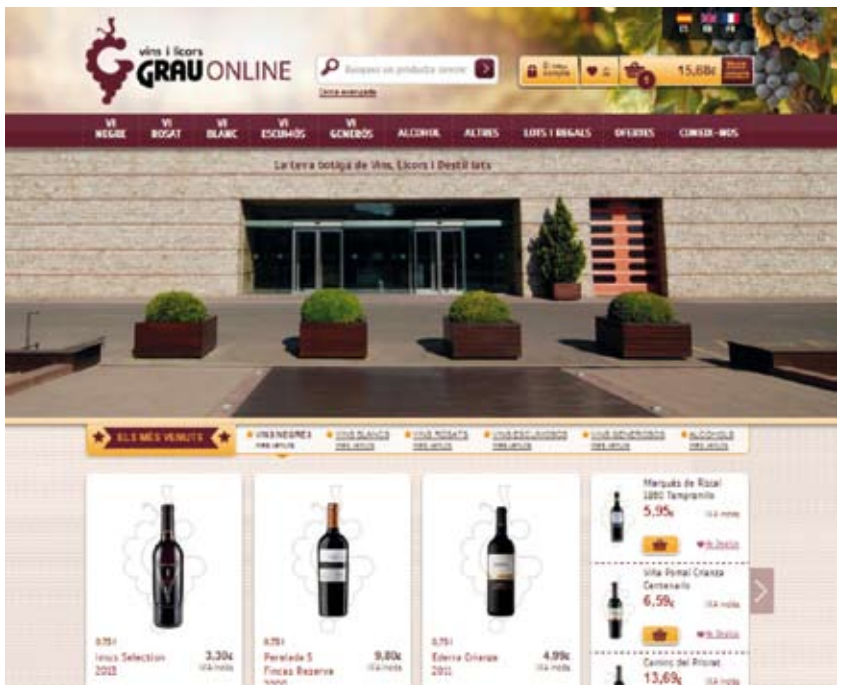
-¿Cómo ve el futuro del comercio histórico?
Teniendo en cuenta que en los últimos años se han ido cerrando muchos comercios centenarios como el mío, apareciendo en su lugar conocidas tiendas de ropa o comida rápida, o de pseudosouvenirs, y para evitar que Barcelona pierda totalmente su identidad y acabe pareciendo un inmenso centro comercial de cualquier ciudad, creamos en el año 2011, junto a otros comerciantes, la Asociación de Establecimientos Emblemáticos de Barcelona (AEEB). Estamos haciendo lo posible para evitar la desaparición de estos comercios y conseguir alguna forma de protección del Ajuntament. Si no, con la nueva ley de arrendamientos urbanos, desde finales de este año, se podrán incrementar exagerada y especulativamente los alquileres, apareciendo negocios clónicos o dudosos, en un proceso que otros países ya han padecido, y en detrimento del patrimonio cultural y comercial de la ciudad.

www.pastisserialacolmena.com
Tel. 933 151 356

VINS I LICORS GRAU

Vinos y licores en línea con sus clientes

La empresa familiar Vins i Licors Grau está dedicada desde hace 3 generaciones a la comercialización de estas bebidas. Con su tienda en línea se ha adaptado a los nuevos tiempos y a las necesidades de los consumidores, que cada vez más priman la comodidad, la variedad y la posibilidad de comparar los productos.



Vins i Licors Grau es una empresa familiar con orígenes a mediados del siglo XX. Su historia se remonta al 1951, cuando Miquel Grau, padre de Jordi Grau, abrió las puertas de una bodega-taberna en la calle Palamós de Palafrugell donde vendían y repartían a domicilio vinos a granel. En 1966 Jordi Grau se implicó en el negocio familiar y fue a Barcelona a estudiar, donde conoció a Maria Dolors Segarra, hija de una familia del Penedès con negocio ya relacionado en el mundo del vino y el licor. El matrimonio Grau-Segarra se instaló en Palafrugell donde introdujo los productos embotellados al negocio familiar. En 1977 Jordi Grau y Maria Dolors Segarra abrieron su propio negocio de distribución de vinos y licores embotellados. Durante los años 80 el negocio no paró de crecer y nació la filial Distribuidora Gironina y el almacén logístico de Figueres.

Crecimiento y consolidación

La empresa continuó creciendo durante la década de 1990 para dar el salto definitivo con el nuevo milenio, coincidiendo con la incorporación de Sergi y Jordi Grau i Segarra, la nueva generación. En 2003 se inauguraron las actuales instalaciones de Vins i Licors Grau con 4.500 referencias entre vinos y licores que se ampliaron en poco tiempo hasta las 9.000 actuales. Estas nuevas instalaciones tienen 15.000 m² entre zona edificada, jardines y parkings en Palafrugell.

Fue en 2009 cuando iniciaron la venta por Internet con la página ***www.grauonline.com***, disponible en cuatro lenguas, donde el cliente puede escoger entre 9.000 referencias de vinos y licores, con denominación de origen y de procedencia internacional. La tienda virtual de venta se completa con el servicio del producto en casa del cliente en sólo 48 h en cualquier punto de Europa.

Las instalaciones

Grauonline cuenta con un almacén logístico de más de 9.000 m², 1.000 de los cuales están con temperatura y humedad controladas, donde disponen de todas las 9.000 referencias de vinos y licores presentes en su catálogo, con voluntad de prestar el servicio más eficaz y rápido posible a sus clientes. También dispone de una vinoteca física de 1.200 m² con atención personalizada por enólogos y sumilleres, sala de cata, servicio de vinatería-bar, sala de recreo infantil, venta de accesorios y amplio parking privado.

GUILLEM PUJADES, BARCELONA.

LA PLATAFORMA

La tienda virtual permite al consumidor escoger el producto según el precio, la procedencia, ya sea de proximidad o internacional, o las recomendaciones de sus expertos. También disponen de una selección de ofertas que se completa con un surtido de lotes y regalos que pueden satisfacer las necesidades de muchos consumidores para estas fechas.

ENTREVISTA CON ÀLEX TORELLÓ, ENÓLOGO DE AGUSTÍ TORELLÓ MATA

"Nuestro producto estrella sigue siendo el Kripta Gran Reserva"

Desde 1979, Agustí Torelló Mata trabaja para elaborar cavas con personalidad, apostando por las variedades tradicionales autóctonas y controlando todo el proceso desde la viña.

En su libro sobre los 100 mejores vinos del mundo, Michel Bettane escribió "los Torelló Mata hacen en Catalunya alta costura con las burbujas". Algo así tiene que imponer. ¿Qué caracteriza a los cavas Agustí Torelló Mata?

La experiencia, el respeto al origen, y el esmero en cada etapa del proceso. No hay ningún elemento secreto ni mágico: conseguir un cava excelente es el compedio de cientos de pasos que se recorren desde la viña hasta el final del proceso. En nuestra bodega solo elaboramos Cavas Reserva y Gran Reserva, y eso supone un largo recorrido: nuestro cava más joven tiene 2 años de crianza, y para lograr un Kripta necesitamos 7 largos años. Piense que sólo un 12% del cava es reserva, y únicamente un 2% Gran Reserva, así que los grandes cavas exigen sabiduría y tiempo.

Los Torelló Mata hacen alta costura con las burbujas.

-¿Por qué es importante la vinificación?

Porque sabemos que en el origen está la diferencia: mantener un cultivo ecológico y variedades únicas que no existen en ninguna otra zona vinícola del mundo, exige el mayor cuidado en la vinificación. Conocemos cada parcela y pertenecemos a este 4% de cavas que elabora todo su vino base. Esta parte del proceso configura la esencia de lo que después será el cava y por ello entendemos que es consustancial a la máxima calidad.

-Ustedes también elaboran vinos. ¿Nos habla de ellos?

Elaborar vinos tranquilos forma parte de nuestro entorno y concretamente del Penedés: nuestros vinos son blancos y ecológicos y apostamos también por las crianzas: tenemos un xarel·lo joven el Xic que ha sido todo un éxito de este año, pero el Subirat Parent o el Aptià que es un Macabeo fermentado en barrica, tienen una crianza de 2 años y mantienen una frescura y unos aromas únicos.

VISITAS A LAS CAVAS

Hace 4 años inauguraron un espacio enoturístico en el que cada visita y degustación se convierte una experiencia de los sentidos. En la foto, la Cava KRIPTA

-¿De qué se sienten más orgullosos?

De nuestro origen y de mantener un reconocimiento constante. Mi padre empezó a trabajar a los 13 años y ha sido uno de los mejores enólogos del país. Es un orgullo conseguir que Kripta fuera Vinari de oro el pasado año, o que haya sido durante 3 años consecutivos el mejor espumoso de España para los periodistas del vino, o que nuestro Magnum sea también Oro este año en los Premios Magnum 2014, o que el Barrica Gran Reserva haya sido este octubre el cava de la primera cena de Gala ofrecida por los nuevos Reyes de España en el Palacio Real a la presidenta de Chile.

-¿Mercado nacional, exportación o enoturismo?

Todo. Exportamos un 30% y a nivel nacional estamos repartidos en el mercado de toda España y presentes sobre todo en restauración. Una fuente de contacto directo que nos encanta nos la da el enoturismo: nos visitan de todo el mundo y estamos siempre en la bodega para brindar con ellos.

www.agustitorellomata.com

ENTREVISTA CON FRANCISCA GABALDÀ, DUEÑA DE MENUTS ROSA

“Reinventarnos fue nuestra salvación”

Más de 114 años de historia avalan la trayectoria de Menuts Rosa como un referente en el mundo de la casquería y de la gastronomía barcelonesa. Desde 2007 Francisca y su hija Rosa se han reinventado ofreciendo también platos elaborados. Una apuesta que ha tenido su reconocimiento con el premio ‘Millor parada de mercat’ en el apartado de Millor Mercat del Món.

La historia de esta familia tan arraigada a la casquería en la ciudad de Barcelona se inicia cuando la abuela de Francisca, conocida como la Sisqueta, empezó vendiendo en el Pati de les Pageses, un primer paso que la llevaría más tarde a tener su propia parada en la Boqueria. “Hemos soportado todo tipo de crisis a lo largo de estos años y han pasado por la parada también mi madre, mi tía y mi hermano”, explica Francisca.

Tras un período lejos de la Boqueria, en 1999 Francisca compró las dos paradas de la familia para iniciar un nuevo proyecto, poco antes de estallar la problemática de las vacas locas. “Me recomendaron cambiar de producto para tirar el negocio hacia adelante, pero yo confiaba en la casquería. Además, ya contaba con la ayuda de mi hija Rosa, que se había formado en la prestigiosa escuela de hostelería Mey Hofmann”.

Empezaron con fuerza y la llegada de la inmigración a partir del 2000 “fue una salvación, porque ellos sí que tenían muy arraigada la cultura de la casquería en la gastronomía y eran buenos clientes”, pero la crisis provocó que algunos de ellos se marcharan a sus países de origen. Con vistas a los cambios inminentes en la economía, en 2007 Francisca y Rosa apostaron por tener un local en el que cocinarían los productos. Con sus palabras, “la gente de aquí no tiene tanta costumbre de cocinar con casquería y tampoco tiene tiempo, así que optamos por dividir nuestra parada en dos vitrinas: un 60% destinado al producto fresco y el 40% restante al producto cocinado”. Entre las especialidades que cocina la chef se incluyen los conocidos como Los Callos de la Rosa, el “cap i pota” con sanfaina, lengua con setas o los canelones de carrillada. “Siempre digo que reinventarnos fue nuestra salvación”, subraya. Buena prueba de que gustan mucho estos platos es que “en la última edición de Mercat de Mercats, iniciativa en la que participamos, los canelones volaban de nuestra parada porque todo el mundo quería probarlos”.

GALARDÓN ‘MILLOR MERCAT DEL MÓN’

En la 17a edición de los premios ‘Barcelona, la millor botiga del món’, Menuts Rosa recibió en octubre el galardón ‘Millor parada de mercat’ en el apartado Millor Mercat del Món en reconocimiento a la larga trayectoria familiar y a la transformación de la tienda para seguir con la evolución de las demandas de los clientes.

Platos reconocidos también en Europa

Hace años, y junto a otros comerciantes, Francisca fue invitada por un mercado de Londres para montar una mini Boqueria. Gracias a una subvención otorgada a un grupo de mercados de Europa que se denominaba Emporium, han podido repetir la experiencia en Turín, Marsella, la Toscana o Budapest, mientras que en Londres se monta el mercado cada año. “En la última edición, llevamos 500 kg de platos cocinados y en menos de dos días ya no nos quedaba nada por vender del éxito que tuvimos”. Precisamente, y en cuanto a los proyectos de futuro de Menuts Rosa, Francisca explica que “quiero conseguir el permiso de la Comunidad Económica Europea para vender nuestros platos allí y venderlos porque tendríamos mercado”. De momento, comenta, “en mayo esperamos volver a Londres con el resto de compañeros de la Boqueria para seguir promocionando nuestros productos”.

GRANDES CHEFS COMO CLIENTES

Los productos de Menuts Rosa son materia prima de chefs de prestigio como Carles Gaig, Isidre Gironès, Carlos Abellán, Albert Adrià, Isma Prados o Mey Hofmann. En todo caso, matiza Francisca, “la atención a todos nuestros clientes es fundamental, ya sea un chef que se lleve 10 kg de carne o una clienta que solo te compra una carrillada”.

La Rambla, 89 - 08002 Barcelona
Mercat de la Boqueria
Paradas 586, 587 y 588
www.menutsrosa.cat
Tel. 933 023 230 / 637 879 957

ENTREVISTA CON MERCEDES AGUIRRE, DIRECTORA DE I+D DE NUA BIOLOGICAL INNOVATIONS

“Hay que evitar los ingredientes de marketing”

Las bondades de los omega-3 marinos gozan del aval de numerosísimos estudios científicos, aunque en la práctica dichas bondades sólo se consiguen a partir de determinadas dosis (y a menudo purezas). Muchos productos abusan del marketing atribuyendo a sus productos dichas bondades, cuando en la práctica, son imposibles de conseguir ya que si no se alcanza la dosis… no se alcanza el objetivo. Es la opinión de una auténtica especialista en la materia, Mercedes Aguirre, quien nos habla sobre ello y sobre los productos que desarrolla como directora de I+D de Nua Biological Innovations, laboratorio especializado en la producción de formas puras y concentradas de ácidos grasos omega-3 marinos.

-Actualmente hay muchísimos productos que dicen contener omega-3 pero, ¿Qué es en realidad?

El aceite de pescado de ciertas especies marinas es especialmente rico en DHA y/o EPA, que son los omega-3 más relevantes para la salud humana. Muchos productos contienen omega-3 (esto es, DHA y EPA), pero a menudo, una parte significativa de la perla contiene otras grasas que no son omega-3 y que no aportan nada para nuestra salud (‘grasas vacías’). En NUA, por un lado, hemos limpiado el aceite original *in extremis*, dando como resultado un aceite de alta pureza y concentración en omega-3 sin apenas grasas ‘vacías’. Es decir, prácticamente todo lo que se toma es DHA o EPA y nada más.

Por otro lado, hemos ‘divorciado’ a ambas moléculas creando un producto sólo con DHA (“NuaDHA1000”) y otro sólo con EPA (“NuaEPA1200”). Esto se hizo así ya que en determinados colectivos, no siempre es necesario ni recomendable abusar del EPA. Además, permite diseñar un traje a la medida de las necesidades de cada persona, dando EPA o DHA o ambos según las particularidades de cada persona.

-Vemos que tanto el DHA como el EPA son los principales omega-3 de origen marino de interés para la salud humana. Otro producto de NUA es el ReishiNUA. ¿Para qué está indicado y qué contiene?

ReishiNUA es un producto hecho a base de reishi, un hongo asiático de reconocidas bondades a nivel del sistema inmunitario (defensivo) que cuenta con dos versiones: una de niños (“Reishinua bebible”) y otras de adultos (“Reishinua caps”). No obstante, es la unión del reishi con los demás componentes de la formulación (perilla, propóleo, jalea real, betacaroteno, zinc, hierro, vitamina D, etc.) lo que lo convierte en un preparado de apoyo en situaciones en las que el sistema respiratorio se pone en jaque, típicamente asociado a épocas meteorológicamente desfavorables como son el otoño, el invierno o el principio de la primavera.

www.nuabiological.com

PERFIL

Mercedes Aguierre es doctora en Biología por la Universidad de Leeds, en el Reino Unido, y ha desempeñado gran parte de su labor profesional en el sector de la salud y la nutrición. Su interés personal por el mundo de la suplementación y nutrición le llevó a escribir dos guías de salud destinadas a la infancia y adolescencia y a la vida adulta respectivamente (“*Guía Práctica de la Salud en la Infancia y Adolescencia*” y “*Salud Adulta y Bienestar a partir de los 40*”; Ed. Octaedro). En estos momentos está escribiendo un tercer libro dedicado a técnicas de maduración neurológica y alimentación para apoyar los procesos de aprendizaje. Actualmente es la directora de I+D de los laboratorios Nua Biological Innovations, de los que forma parte desde su creación en 2007.

ENTREVISTA CON URBICI ESCUDÉ, PRESIDENTE DE LA IGP SALCHICHÓN DE VIC

“Un bocadillo de Salchichón de Vic tiene grandes beneficios nutricionales”

Las primeras referencias escritas sobre el Salchichón de Vic datan del año 1456. Con Urbici Escudé como presidente, la IGP de este producto tan arraigado a la Plana de Vic trabaja para promocionar sus características únicas y propiedades a nivel de nutrición.

-¿Qué empresas forman parte de la IGP Salchichón de Vic y cuál es su objetivo?
En estos momentos formamos parte 8 empresas, todas de la Plana de Vic: Embotits Artesans Can Duran, Embotits Salgot, Sucesores de J. Pont, Agroalimentària de Savassona, Casa Riera Ordeix, Embotits Casolans Ca la Glòria, Aliments i Embotits y Embutidos Solà. Estamos organizados como consejo regulador con la finalidad principal de que el salchichón se elabore según la reglamentación pactada. Cada año, todas pasamos una auditoría de producción externa que comprueba que las empresas elaboran el salchichón según del reglamento comprometido.

-¿Qué características lo diferencian?
El Salchichón de Vic tiene unos rasgos específicos en su aspecto que ayudan a distinguirlo de otros salchichones que no tienen el distintivo de calidad. Destaca por su rojo intenso y brillante en el corte que deja perfectamente visibles los pequeños dados de grasa, así como la pimienta en grano que utilizamos para su elaboración. A nivel de producción, una de las características básicas es que se utilizan siempre tripas naturales para embutir la carne y las partes más magras y de mayor calidad del cerdo. Otra de las diferencias importantes nos la da la geografía de la Plana de Vic y su climatología porque en esta zona tenemos temperaturas muy bajas con una humedad muy alta, por lo que el proceso de curación es extremadamente lento y natural. El resultado es un buqué muy especial e intenso y una forma cilíndrica uniforme.

> “El proceso de curación del Salchichón de Vic es extremadamente lento y natural”

-La mejora continua del producto es uno de los objetivos de la Indicación Geográfica Protegida Salchichón de Vic.
Sí, y por ejemplo una empresa externa realiza cada año dos análisis sensoriales que nos permitirán mejorar nuestro producto a partir de las opiniones de los consumidores y también de expertos catadores técnicos. Otra tarea importante pasa por difundir las características diferenciales del Salchichón de Vic y su excelencia a nivel nutricional.

-¿En qué sentido un bocadillo de Salchichón de Vic puede ser un buen desayuno o merienda para los niños y jóvenes?
Según un estudio que encargamos a una empresa externa, queda claro que un bocadillo de 100 gramos

de Salchichón de Vic tiene grandes beneficios nutricionales, por ejemplo, incluye proteínas con un alto contenido en aminoácidos esenciales y un 70% de la grasa que contiene es insaturada, con una buena proporción de ácidos grasos monoinsaturados que no inciden en la formación de colesterol. Todo ello además de vitaminas del grupo B, vitamina C y E y minerales como el hierro hemo, el zinc y el cobre, muy importantes en el crecimiento de los niños y adolescentes.

-¿Cuál es la producción actual de la IGP?
En lo que llevamos de año hemos registrado un crecimiento de la producción del 26,22% respecto al 2013 y esperamos que a cierre de año sea mayor.

www.llonganissadevic.cat
Tel. 932 684 263

¿POR QUÉ BEHER?

Es el sabor español por excelencia y son los ibéricos más premiados del mundo
+
Cría sus propios cerdos 100% ibéricos
+
Controla todo el proceso de principio a fin
+
Reúne tres generaciones de experiencia
+
Garantiza todos sus productos
+
Disfruta del microclima único de Guijuelo
+
Tiene calidad máxima y muy constante
+
Amplia gama con atractivas y modernas presentaciones para regalo
+
Siempre buenos

Amplia red de distribución en Catalunya

BERNARDO HERNÁNDEZ, S.L.
GUIJUELO (SALAMANCA)
TEL.: +34 923 580 000
beher@beher.com

MÁS INFORMACIÓN EN:
WWW.BEHER.COM

ENTREVISTA CON JULIA VÁZQUEZ Y LUIS CRUZ, DEL RESTAURANTE ARROCERÍA CASA JULIA

"Los entrantes, las carnes, pescados y bacalao de nuestra carta son una excelente opción para las cenas"

El origen de sus dos propietarios, Julia y Luis, hace que en Casa Julia se pueda degustar lo mejor de la cocina alicantina –hasta 12 arroces diferentes–, y de la extremeña –cazuelas, guisos, carnes y pescados–. Su buena bodega y un ambiente acogedor lo convierten en una de las pequeñas joyas gastronómicas de Barcelona.

-Además de sus arroces, por los que les preguntaré más adelante, Casa Julia cuenta con una excelente carta, tal vez no tan conocida. ¿En qué consiste?
Tenemos diez tipos de entrantes diferentes, entre los que yo destacaría ahora en invierno las sopas (de ajo, de cebolla), los potajes (pochas con almejas, judías con chorizo o la *escudella i carn d'olla* —plato esperado que a partir de diciembre haremos un día a la semana) y como segundos platos carnes, pescados y bacalao de gran calidad muy bien preparados.

-¿Qué oferta de carnes y pescados ofrecen?
En lo que a carnes se refiere solomillo de Girona, buey gallego a la *llossa*, *steak* tartar y cordero y espalda de cabrito al horno (por encargo). Como pescados dorada y lubina a la espalda, tronco de merluza y tres tipos diferentes de bacalao. En Casa Julia contamos con una carta de entrantes, carnes, pescados y bacalao que son una excelente opción para aquellos que quieran salir a cenar.

-¿Y de postre?
Nuestras torrijas con helado de vainilla que piden un 99% de los clientes que ya las han probado alguna vez, entre otras cosas, todo casero.

-Es obligatorio que le pregunte por sus arroces alicantinos...
Mantenemos nuestra oferta de hasta 12 tipos de arroces hechos en paella (recipiente de hierro) que pueden ser de verduras, de conejo, de pollo, con costra, a banda con alioli, con gambas y cigalas, de bacalao, arroz negro, y también fideuá de sepia y marisco, etc. Son arroces secos, excepto el de bogavante caldoso, sueltos, al dente con el toque final del *socarrat* en la paella que le da nuestro toque característico.

-¿Y cuál es el secreto de Casa Julia para llevar casi 20 años asombrándonos con sus arroces?
Comprenderá que no lo desvele, que vengan los lectores a probarlo, pero sí que le puedo dar algunas claves. En un arroz es muy importante el caldo de pescado o de carne, que debe ser un auténtico caldo además del sofrito, al que añadimos ñora y azafrán y que no debe contener cebolla ya que en realidad lo que hace es perjudicar al arroz ablandándolo. Hay que saber qué proporciones son las correctas a la hora de tirar el arroz y el caldo y debemos contar con un buen arroz. En nuestro caso siempre hemos utilizado, desde nuestros inicios, arroz NOMEN, que nos facilita una perfecta cocción quedando suelto y al punto.

-¿Va a estar Casa Julia abierto en las fechas navideñas?
Previa reserva y acordando el presupuesto, atenderemos gustosos a todos aquellos que quieran disfrutar de nuestra cocina, ya sean arroces o carta, durante estas fechas tan señaladas ya sean comidas o cenas de empresa, con amigos o celebraciones familiares.

RESTAURANTE CASA JULIA ARROCERÍA ALICANTINA
C. Enric Granados, 14 (pl. Letamendi) 08007 Barcelona
Información 934 518 127 - Reservas WhatsApp 605 090 655

Carpier Ahumados

En 1995 Carlos Piernas del Amor fundó Carpier Ahumados con la visión de crear y desarrollar productos ahumados de la máxima calidad posible. Hoy en día, Carpier Ahumados elabora todos sus productos mediante un cuidado proceso de ahumado artesanal, con la quema de piñas de pino, que garantiza un sabor más suave único y una textura óptima. Esta excelencia le ha valido el reconocimiento internacional, convirtiendo todos sus productos en imprescindibles en alta cocina.

La penca de salmón natural ahumado
Salmones de más de 10 kg, maduros y grasos. Procedentes de piscifactorías del norte de Noruega. Las piezas llegan frescas, enteras y evisceradas, con el fin de controlar su calidad. Se lavan, se separan y se quitan las espinas a los lomos. Se deshidratan con sal y azúcar para iniciar el proceso de caramelización. Especial para servir al corte o en tacos. Se recomienda degustarla con cierto grosor y a temperatura ambiente.

Lomo de salmón natural
El lomo (parte superior de la penca recortada de cola y cabeza) sin piel. Está disponible en los formatos siguientes: 150 g, 400 g y 1 kg.

Lomos en sus diferentes marinajes

www.carpier.es **Tel. 937 859 921**

ENTREVISTA CON PERE COSTA, PROPIETARIO DE LA PANADERÍA LA RAMBLA 31

"Harina de alta calidad, masa madre natural y fermentación lenta son los factores clave para elaborar un buen pan"

Pere Costa, la tercera generación de una familia de panaderos, regenta la panadería que antes llevaban sus padres, La Rambla 31, en pleno Eixample barcelonés, junto a su hermana Meritxell. Su pasión por el pan se ve reflejada en el minucioso proceso de elaboración y la innovación constante, siempre buscando nuevas variedades, texturas y sabores.

-¿Cuáles son los productos estrella que ofrecen?
Además de ofrecer una amplia variedad de bollería dulce y salada, el pan es nuestro producto estrella. Lo elaboramos con harinas de alta calidad, fermentaciones muy largas y masas madres naturales (*levain*). El factor tiempo es una de las claves para que el pan tenga una buena conservación. Nosotros lo tenemos unas 20 horas fermentando muy lentamente a 5 ºC. Este largo proceso y la utilización de una masa madre natural refrescada día a día desde hace 28 años, hacen que el pan adquiera nuestro sabor particular, una textura y un aroma muy diferentes a los de las panaderías industriales. Tenemos muchos tipos de pan y siempre vamos cambiando e investigando, no nos estancamos. Hace un año que hemos sacado una barra elaborada con agua de mar. Ésta le da al pan una textura muy diferente a la obtenida si utilizamos la sal por separado y además es mucho más saludable.

-También ofrecen servicio de catering, ¿no es así?
Sí, ofrecemos catering para particulares y empresas. Elaboramos piezas de minibollería dulce y salada que fabricamos diariamente en nuestro obrador. Esto nos da la ventaja de podernos adaptar a lo que el cliente solicite.

-¿Cuáles son sus valores añadidos con respecto a otras panaderías?
La cercanía, la profesionalidad, las materias primas, ajustar mucho la calidad con el precio y por encima de todo que nos gusta mucho nuestro oficio. Innovamos constantemente y acudimos a ferias asiduamente para captar nuevos conceptos y traerlos a La Rambla 31. Nuestro gran equipo de profesionales también es una gran baza a nuestro favor. Trabajamos unidos y esforzándonos siempre para dar lo mejor a nuestros clientes.

-De cara a las fiestas navideñas, ¿qué productos presentan en La Rambla 31?

Estamos preparando nuestros aclamados turrones de chocolate con frutos secos, de yema quemada y de praliné. También haremos *Panettone*, *Stollen*, galletas para decorar el árbol, *cupcakes* con motivos navideños... Una amplia gama de productos elaborados por nosotros mismos.

-¿Cuáles son sus proyectos de futuro?
Nuestro proyecto más inmediato es realizar una reforma integral de la tienda dándole un aire más rústico y consiguiendo dos cosas principalmente: que el pan sea aún más protagonista y que la tienda tenga más capacidad para atender bien a todos nuestros clientes. También sustituiremos uno de los dos hornos que tenemos por otro de suelo refractario, acorde con nuestra filosofía de innovar. Nos aprovechamos de las nuevas tecnologías pero sin dejar de elaborar el producto de forma artesanal.

forn_pastisseria_larambla31@hotmail.com
Tel. 934 880 960

ENTREVISTA CON ANA MARÍA ZAMBUDIO, DIRECTORA GENERAL DE PANARRO FOODS

Productos ecológicos de calidad

Panarro Foods, con unas instalaciones propias de 1.500 m² en Archena, Murcia, es una empresa líder en la comercialización de productos ecológicos, con una filosofía basada en la salud, la conservación del entorno y la sostenibilidad alimentaria.

-¿Qué productos comercializa Panarro Foods?
Nos dedicamos a la elaboración propia de zumos, mermeladas, gazpachos y cremas frías junto a conserva de vegetales ecológicos. Ofrecemos nuestros productos a las tiendas pequeñas y a la gran distribución, y manteniendo como nuestro pilar empresarial nuestra filosofía de mantener un precio justo de nuestros productos para llegar a la mayoría de hogares.

-Los productos ecológicos están de moda últimamente. ¿Cómo lo valora?
La gente se ha dado cuenta que son muchas las razones para optar por la alimentación biológica: la propia salud, la preservación del medio ambiente, la protección de la naturaleza y la biodiversidad, etc., pero también está el sabor, que es mucho más intenso en los productos alimentarios ecológicos. Por todo ello hay un número creciente de consumidores que huye de los transgénicos, los falsos "bios" y los escándalos de contaminación alimentaria, y opta por los denominados productos ecológicos, biológicos u orgánicos.

-¿Dónde podemos encontrar sus productos? ¿Dónde los distribuyen?
Nuestros productos se distribuyen a nivel nacional e internacional en un gran número de establecimientos, que van desde los herbolarios y tiendas especializadas, hasta las grandes superficies en departamentos gourmet.

-¿Qué ventajas ofrecen a los miembros de su EcoClub?
Ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de ser miembros de nuestro club, llamado EcoClub, con el que obtendrán ventajas en la compra de nuestros productos, y tendrán la posibilidad de participar en sorteos y disfrutar de grandes descuentos.

www.panarrofoods.com
Tel. 968 688 125

DIEZ BUENAS RAZONES PARA CONSUMIR PRODUCTOS ECOLÓGICOS:

1. Porque son saludables ya que están libres de residuos tóxicos persistentes procedentes de pesticidas, fertilizantes sintéticos, aditivos y conservantes, y contienen niveles altos de vitaminas, minerales esenciales y antioxidantes.

2. Porque no contienen aditivos sintéticos y respetan los ritmos naturales de los vegetales, que son más equilibrados y ricos en nutrientes.

3. Porque no contienen pesticidas que perjudican la salud del consumidor y del agricultor, además de dañar el medio ambiente.

4. Porque no contienen organismos genéticamente modificados que pueden afectar al medio y la salud humana y eliminar la diversidad genética.

5. Porque no contienen ni antibióticos, ni hormonas, ni tranquilizantes que se usan habitualmente en la ganadería tradicional.

6. Porque son sostenibles con el medio ambiente, y por lo tanto, consumiendo estos productos colaboramos en la conservación del medio y evitamos la contaminación de la tierra, el agua y el aire, y la destrucción de la biodiversidad.

7. Porque tienen máximos niveles de calidad con un sistema de máxima fiabilidad con controles, inspecciones y certificaciones acreditadas de todo el proceso, desde las materias primas utilizada y la elaboración hasta el envasado y el etiquetado.

8. Porque son respetuosos con el bienestar animal para evitar el estrés de los animales y potenciar el crecimiento en semilibertad con un buen cuidado y sin estrés potenciando las variedades autóctonas, que son las que mejor adaptadas.

9. Porque son respetuosos con la naturaleza fertilizando la tierra, favoreciendo la retención de agua, frenando la desertificación y manteniendo los acuíferos sin contaminar.

10. Porque son más sabrosos ya que están elaborados de forma más artesanal y cuidadosa para recuperar el gusto original.

ENTREVISTA CON EDUARDO PÉREZ MALO, PRESIDENTE DEL CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA PERAS RINCÓN DE SOTO

Peras dulces y saludables, todo el año con la máxima calidad

Formado por 260 agricultores y 15 centrales comercializadoras, el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Peras de Rincón de Soto en 2014 ha recogido 17 millones de kilos de este tipo de pera, cultivadas en algo más de 800 hectáreas de 28 municipios riojanos.

-Háblenos primero del enclave y la meteorología donde se cultivan las peras de Rincón de Soto.
Se cultivan en zonas llanas, con buena ventilación, profundas, húmedas, permeables y sin presencia del cal y silíceo. La buena climatología de la zona, sin heladas primaverales y temperaturas medias altas al inicio del verano, favorece el crecimiento de las peras. Además en el momento de la maduración, el acortamiento de los días, el contraste nocturno de temperaturas y la radiación solar hacen que en la fruta se dé una mayor concentración de sólidos solubles, especialmente de fructosa.

-¿Es eso lo que les da ese dulzor tan característico?
Efectivamente, la especial climatología hace que las peras de Rincón de Soto se distingan de otros tipos de pera por su dulzura y por su *russeting* u oxidación de la piel, algo que es muy apreciado por nuestros clientes. Es una pera dura, a la que favorece el paso por cámaras de frío, que aguanta bien unos días después de comprarse y grande, con un diámetro mínimo en recolección de 60 mm.

-Su aroma es otro elemento destacable...
Así es, su aroma se debe al calor de la época de maduración, que provoca en el fruto la emisión de elementos volátiles, especialmente etileno y otras sustancias aromatizantes.

-Ustedes también señalan que sus peras de Rincón de Soto son saludables.
Nuestras peras aportan una gran cantidad de agua, fibra y pocas calorías, por lo que los expertos en nutrición la recomiendan en dietas de adelgazamiento. Destaca además por su contenido vitamínico, en el que hay que señalar la vitamina B1, esencial para favorecer el metabolismo, el sistema nervioso y la actividad mental, B2, importante en la etapa de crecimiento, y C, que ayuda a la formación del colágeno, estimula las defensas y ayuda a absorber el hierro. Además son antioxidantes.

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA DESDE 2002

Las Peras de Rincón de Soto obtuvieron en 2002 el reconocimiento como Denominación de Origen Protegida (DOP), convirtiéndose en la primera fruta de este tipo en contar con esta distinción. La DOP, que otorga la Unión Europea, identifica la máxima vinculación del producto con el territorio, dado que tanto el cultivo como el manipulado se realiza en una zona determinada.

> "Comerse una pera de Rincón de Soto es como beberse una vaso de agua repleto de vitaminas y minerales"

-Un producto ideal para aquellos a los que les cuesta comer fruta.
Claramente, para niños y mayores podríamos decir que comer una de nuestras peras es igual que beberse un vaso de agua repleto de vitaminas y minerales. Además, al ser tan dulces, gustan mucho a los niños a los que le cuesta comer fruta. Una forma perfecta y saludable de recuperarse de cualquier esfuerzo físico e intelectual. Nuestras peras son dulces, saludables, pueden degustarse todo el año con su máxima calidad y son perfectas para cocinar.

CAMPAÑA 'ESTA PERA RECUPERA'

La DOP Peras de Rincón de Soto siempre ha sido una gran aliada de los hábitos saludables y lo fomenta en diferentes campañas. La más reciente es *Esta pera recupera* que ha sido presentada en distintas ciudades españolas y pretende convertir a la pera de Rincón en la mejor aliada para la salud y la diversión de los más pequeños, y también por extensión, de los mayores. La campaña explica que después de practicar una actividad física una pera de Rincón será la mejor elección para recuperar la energía de una forma saludable, fortaleciendo el crecimiento, la actividad mental, las defensas o el hierro. La campaña tiene web propia (*www.estaperarecupera.com*) y también un gran despliegue en las redes sociales.

-¿También para cocinar?
Sí, se puede cocinar con ellas, y no sólo postres más o menos tradicionales como peras al vino, pasteles, tartas o bizcochos. Acompañan intensificando sabores a platos de carne y muchos cocineros preparan pinchos y tapas con finos cortes de peras de Rincón de Soto pasadas por la plancha y coronadas por queso o *foie gras*.

www.perasderincondesoto.com